

TRUMP
UNIVERSITY

100 LỜI KHUYÊN BẤT ĐỘNG SẢN KHÔN NGOAN NHẤT

Bài học kinh nghiệm từ những chuyên gia bất động sản hàng đầu thế giới

DONALD TRUMP

alphabooks
NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG XÃ HỘI


TỔNG HỢP
EBOOK
HAY NHẤT VỀ
ĐẦU TƯ
SINVEST.VN

LỜI GIỚI THIỆU

Tôi đã ấp ủ mong muốn được viết cuốn sách này trong nhiều năm ròng.

Ai đã từng theo dõi sự nghiệp của tôi đều biết các chiến lược bất động sản mà tôi sử dụng. (Và nếu chưa từng biết đến sự nghiệp của tôi thì bây giờ chính là lúc theo dõi các chương trình về tôi trên ti vi hay mua một trong những cuốn sách tôi đã viết)

Mặc dù rất thành công nhưng công việc kinh doanh bất động sản của tôi không bao gồm tất cả các mặt của lĩnh vực này. Những gì tôi biết thì tôi nắm rất chắc, nhưng, tôi không có ý độc quyền về các ý tưởng và sự khôn ngoan trong kinh doanh bất động sản. Tôi không thể biết hết mọi thứ. Đúng như Susan Penzer nhận xét, điều làm nên thành công của tôi chính là “khả năng thu thập những thông tin tốt nhất từ những người thông minh nhất.” Susan đã đưa ra nhận xét này sau khi theo dõi cách tôi thực hiện các hoạt động kinh doanh. Và nhận xét đó cũng đúng với những gì tôi thực hiện trong cuốn sách này, đó là thu thập những thông tin hay nhất từ những người thông minh nhất trong lĩnh vực bất động sản. Họ chia sẻ những kinh nghiệm và những bài học mà họ đã học được từ người khác cũng như từ những sai lầm họ đã mắc. Lời Khuyên Hay Nhất Trong Kinh Doanh Bất Động Sản Mà Tôi Nhận Được chính là tập hợp những lời khuyên khôn ngoan sáng suốt của 100 nhà kinh doanh bất động sản hàng đầu. Đây là loại thông tin và sự khôn ngoan mà bạn chỉ có thể nhận được từ kinh nghiệm sống.

Trong cuốn sách này, bạn sẽ thấy sự sáng suốt khác thường có được là nhờ vào những kinh nghiệm và bài học mà những nhân vật có thế lực trong kinh doanh bất động sản trên khắp nước Mỹ phải trải bao khó khăn mới rút ra được. Có rất nhiều điều mà lẽ ra tất cả chúng ta đã có thể làm tốt hơn: từ việc bỏ lỡ cơ hội, dự đoán sai về thị trường đến việc thương lượng quá cao hoặc quá thấp. Những nhà kinh doanh này - cả nam lẫn nữ - sẽ kể cho bạn biết họ đã học được gì.

Trong số những người đóng góp cho cuốn sách này, có người là bạn tôi, cũng có người tôi chưa từng gặp mặt, dù tôi luôn ngưỡng mộ họ từ xa. Cuốn sách này là bản tóm tắt hoàn hảo nhất những lời khuyên trong kinh doanh bất động sản được thu thập từ trước tới nay. Và tôi cho rằng nó đã hoàn tất sứ mệnh của mình: cung cấp cho bạn những lời khuyên bổ ích, giúp bạn lập kế hoạch để chính mình thành công trong lĩnh vực bất động sản. Dù bạn mua hay bán nhà của bạn, nhà tập thể hoặc trả góp; dù bạn đang hoạt động hay mới bước chân vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản, tôi nghĩ rằng bạn sẽ học được rất nhiều từ cuốn sách này - Lời Khuyên Hay Nhất Trong Kinh Doanh Bất Động Sản Mà Tôi Nhận Được.

1. Hãy mua bất động sản tại nơi những người giàu có hay lui tới

ARTHUR L. ALLEN
Arthur L. Allen là người sáng lập, Chủ tịch và Giám đốc điều hành (CEO) của tập đoàn Allen Systems (Allen System Group, Inc - ASG)

Phần mềm máy tính đã trở thành tiêu điểm, niềm đam mê và cả cuộc sống của tôi kể từ khi tôi bắt đầu công việc của người phân tích hệ thống cách đây gần 40 năm. Nhưng một trong những quyết định mang lại lợi nhuận cao nhất của tôi, và cũng khiến tôi hài lòng nhất hiện nay, là quyết định làm theo lời khuyên về kinh doanh bất động sản của một người bạn.

Bất chấp những đợt suy thoái kinh tế hay sự trì trệ trên thị trường công nghệ, vụ đầu tư bất động sản của tôi tại Naples, Florida vẫn không ngừng sinh lợi. Tôi luôn thấy vui vì đã hành động theo lời khuyên của bạn mình và theo đuổi việc đầu tư này trong nhiều năm liền. Để khái quát hoá lời khuyên đó và giải thích tại sao nó lại thành công đến như vậy, tôi chỉ có thể nói rằng: Hãy mua bất động sản tại nơi nào những người giàu có hay lui tới.

Vào thập niên 1970, khi tôi tới Naples, khu dân cư vùng Gulf Coast ở phía Tây Nam Florida này là nơi nghỉ đông nổi tiếng của những gia đình thế lực nhất nước Mỹ. Lúc đó tôi nhận thấy rất rõ tầm quan trọng của khí hậu Naples và hiếm nơi sánh được với nó về vẻ đẹp thiên nhiên. Tôi chưa hề nghĩ tới việc đầu tư vào bất động sản cho đến tận khi bạn tôi khuyên rằng: "Hãy mua càng nhiều nhà ở Naples càng tốt. Nơi đó đặc biệt đẹp và cậu sẽ kiếm được rất nhiều nếu đầu tư bất động sản ở đấy." Từ lúc đó tôi bắt đầu nghĩ tới bất động sản ở Naples theo hướng khác chứ không phải chỉ như là một địa điểm lý tưởng để đặt trụ sở công ty phần mềm của mình.

Tôi hiểu lịch sử của vùng đất này và cũng biết rằng đây chính là điểm thu hút rất nhiều người giàu có. Những cư dân tiêu biểu đầu

tiên ở đây có thể kể đến: Thomas Edison, Henry Ford, Harvey Firestone, Greta Garbo, Gary Cooper, và Barron G. Collier.

Mùa thu năm 1975, tôi mua căn nhà đầu tiên ở Naples và kể từ đó tới nay tôi đã và đang kinh doanh bất động sản tại đây. Tôi đã kiếm được hàng triệu đô la khi nghe theo lời khuyên của bạn mình. Khi mua căn nhà đầu tiên, tôi chỉ phải trả 875.000 đô la và bây giờ trị giá của nó đã vượt qua con số 14 triệu đô la.

Mặc dù ngày nay, công ty của tôi đã có 50 văn phòng đại diện trên toàn thế giới nhưng trụ sở chính vẫn đặt tại Naples, Florida. Naples đã thay đổi rất nhiều kể từ khi tôi mua căn nhà đầu tiên tại đây và nó vẫn thu hút những người giàu có muốn trốn chạy mùa đông lạnh giá của Miền Bắc. Mọi người tới đây vì nhiều lý do: chơi golf, chơi tennis, tận hưởng cảm giác thoải mái khi đi du thuyền hoặc nghỉ hưu. Hơn 200 lãnh đạo điều hành (CEO) và cựu lãnh đạo điều hành các công ty trong danh sách 500 nhà lãnh đạo điều hành do tạp chí Fortune bình chọn, cũng như nhiều nhân vật nổi tiếng như Larry Bird, Mike Ditka, Greg Norman, Mary Carillo và nhiều, rất nhiều những người khác nữa có nhà tại Naples.

2. Đừng ngại đầu tư thời gian

ADINA AZARIAN
Adina Azarian là chủ tịch và là CEO của Adina Real Estate, đồng thời là thành viên của Uỷ ban Bất động sản New York

Kinh doanh bất động sản rất mất thời gian. Nhưng càng mất nhiều thời gian, bạn càng có cơ hội kiếm được nhiều tiền.

Nếu bạn là người luôn xem trọng việc tiết kiệm thời gian thì bạn không phù hợp với việc kinh doanh bất động sản, hoặc là bạn phải thay đổi cách tư duy của mình. Khi tôi mới bắt đầu kinh doanh bất động sản, tôi cảm thấy mình đang tốn rất nhiều thời gian: không gọi điện tìm kiếm khách hàng thì cũng bàn việc với những khách hàng mà tôi chưa thể hoàn tất công việc. Một thời gian sau, tôi tới gặp người hướng dẫn của tôi và nói: "Tôi cảm thấy mình đang lãng phí rất nhiều thời gian." Và ông ấy nói với tôi: "Kinh doanh bất động sản tức là tiêu tốn thời gian. Càng tốn nhiều thời gian thì càng kiếm được nhiều tiền." Bởi vậy, thay vì bỏ cuộc, tôi vẫn tiếp tục theo đuổi nó và mọi việc bắt đầu tiến triển. Những cuộc điện thoại rốt cuộc đã biến thành danh sách khách hàng và những cuộc gặp gỡ chuyển thành những cuộc chốt lại hợp đồng. Mặc dù đôi khi mọi việc không được suôn sẻ lắm, nhưng tôi nhận thấy, khi áp dụng cách làm đó, càng bỏ ra nhiều thời gian thì kết quả thu được càng tốt hơn.

Tóm lại, những câu nói như: "Hôm nay tôi sẽ không gặp nhiều khách hàng" hay "Hôm nay tôi sẽ chẳng gọi điện nhiều đâu" không áp dụng được trong kinh doanh bất động sản. Để thành công trong lĩnh vực bất động sản, đừng bao giờ nghĩ rằng thời gian mà bạn bỏ ra để làm việc là lãng phí. Bạn càng gặp nhiều người, càng gọi điện nhiều và tới nhiều nhà, bạn càng kiếm được nhiều tiền. Quá đơn giản! Vì vậy, bất cứ khi nào nhân viên bán hàng của tôi tới gặp tôi và phàn nàn: "Tôi đã tốn quá nhiều thời gian với khách hàng rồi mà vẫn chưa chốt được hợp đồng" hoặc những câu với ngụ ý gần như vậy, tôi nhắc cho họ nhớ rằng kết quả sẽ tới cùng với thời gian và kinh nghiệm, và rằng đơn giản, họ sẽ chẳng thu được chút kinh nghiệm nào nếu không chịu

mất thời gian! Bạn cũng đừng quên gửi cho khách hàng của mình một tấm thiệp cảm ơn và ngay cả khi bạn không chốt được hợp đồng với họ. Đó chính là phương pháp tư duy đúng!

3. Mua cái tốt nhất

ROGER BARNETT

Roger Barnett là Chủ tịch và CEO của tập đoàn Shaklee, một tập đoàn chuyên về sản phẩm dinh dưỡng tự nhiên. Ông cũng là người sáng lập trang web Beauty.com

Hãy mua cái tốt nhất. Những gì tốt nhất sẽ luôn giữ được giá trị của nó và sinh lợi nhanh hơn so với những thứ bình thường. Ngày hôm nay, những thứ tốt nhất luôn luôn đắt đỏ nhưng tới ngày mai nó sẽ có giá trị cao hơn nhiều.

Tôi đã mua một toà nhà tại New York mà trước đây thuộc sở hữu của một tổ chức. Vào thời gian đó, nó là một trong những toà nhà đơn chức năng có giá cao hơn bất kì toà nhà nào khác trong thành phố. Tuy nhiên, với kiến trúc tuyệt vời, vị trí thuận lợi và diện tích khác thường, toà nhà đó đã thuyết phục được tôi đổ tiền vào nó. Tôi đã đầu tư để cải tạo nó thành một toà nhà hiện đại. Ngày nay, nó trị giá gấp 3 lần số tiền tôi đã đầu tư. Đây là một mức lợi nhuận đặc biệt cao trong thị trường bất động sản.

4. Tập trung vào kết quả

THOMAS J. BARRACK con
Thomas J. Barrack là Chủ tịch,
đồng thời là CEO của Colony Capital
- một hãng đầu tư bất động sản quốc tế tư nhân

Đừng nhầm lẫn nỗ lực với kết quả.

5. Lắng nghe nhu cầu của khách hàng

MONDA BASSIL
Monda Bassil là Chủ tịch của Prestigious Properties tại thành phố New York

Lời khuyên giá trị nhất mà tôi nhận được là phải lắng nghe nhu cầu của khách hàng. Đó là điều mà tôi thường làm mỗi ngày. Một chuyên gia bất động sản thực sự thành công cần phải biết: (1) nhu cầu và lối sống của khách hàng; (2) những người hàng xóm của khác hàng; (3) tình hình điều kiện thị trường hiện tại.

Bạn phải chuẩn bị thật kỹ, nghiêm túc và có phương pháp cho từng cuộc hẹn. Nếu bạn có hẹn với một khách hàng vào sáng thứ ba tới và đó là một người sành bếp núc, bạn phải biết ngôi nhà hiện có nào của mình phù hợp với những nhu cầu của vị khách này. Hãy sắp xếp công việc và nghiên cứu cẩn thận. Đừng cố giới thiệu cho khách hàng những căn nhà có phòng bếp xấu xí và thiếu tiện nghi, dù căn nhà có lộng lẫy đến thế nào chăng nữa. Nếu khách hàng mới nhất là một cặp vợ chồng đã có tuổi đang muốn thu hẹp chỗ ở, hãy lắng nghe khi họ nói về lối sống và những sở thích của họ. Ngôi nhà bạn định giới thiệu có vườn không? Gần đó có nhà hát không? Ngôi nhà đó có đủ rộng để đón con cháu họ mỗi khi chúng về thăm không?

Trong lĩnh vực kinh doanh nhà ở, dịch vụ có nghĩa là sự hiểu biết thấu đáo khu vực, thị trường và quan trọng hơn hết là con người. Tôi thường hay nói: “Chúng tôi không bán đơn thuần, mà chúng tôi giáo dục.” Tuy nhiên, cần phải hiểu rằng, “giáo dục” ở đây không có nghĩa là chúng tôi dạy dỗ khách hàng mà là chúng tôi lắng nghe họ. Khách hàng đang giao phó việc tìm kiếm nhà cho bạn và bạn phải lùng khắp thị trường để tìm cho họ ngôi nhà thích hợp nhất. Bạn cũng cần phải hiểu khu dân cư mà bạn định giới thiệu cho khách hàng nhằm giúp họ có thể thích nghi và hoà đồng với những người hàng xóm mới. Hãy tự hỏi bản thân mình, những người hàng xóm mới này mang tới cơ hội gì cho khách hàng của bạn?

Bạn đã biết được ngôi nhà họ mong muốn, bạn hiểu rõ những người hàng xóm. Bạn nắm bắt được thị trường. Tuy nhiên, bạn không thể bán từng thứ kể trên như một thực thể tách rời mà cần có sự kết hợp hoàn hảo của cả ba yếu tố trên nhằm cung cấp cho khách hàng một thiên đường an toàn nhất. Ngôi nhà này là nơi khách hàng của bạn thức giấc vào buổi sáng và cũng là nơi họ ngủ khi đêm về. Họ cần cảm thấy thoải mái khi ở trong ngôi nhà đó. Bạn đang hướng dẫn họ thực hiện vụ mua bán quan trọng nhất trong đời họ, đó cũng là vụ mua bán ngốn phần lớn số tiền mà họ kiếm được. Bạn phải tìm được ngôi nhà vừa đáp ứng cao nhất những nhu cầu của khách hàng, vừa có những người hàng xóm phù hợp với họ sống quanh ngôi nhà đó. Điều này không dễ dàng nhưng với sự chăm chỉ và bền bỉ, bạn sẽ được đền đáp xứng đáng khi thực hiện được nó.

Về mặt nào đó, kinh doanh bất động sản cũng giống như diễn kịch. Bạn đọc kịch bản, bạn luyện tập và luyện tập nữa, sau đó là lúc trình diễn. Bạn kiên trì và bạn sẽ nhận ra rằng: một vai diễn thành công cần được chuẩn bị kỹ càng và tốn rất nhiều thời gian. Bạn cũng biết rằng, sẽ không trục trặc gì nếu bạn nghiên cứu và chuẩn bị. Đồng thời, bạn thừa nhận rằng làm việc bán thời gian là hoàn toàn chưa đủ. Nếu bạn nói: “Tôi đang làm một công việc khác, phòng khi việc kinh doanh bất động sản không hiệu quả”, thì có thể chắc chắn rằng bạn sẽ chẳng thể nào kinh doanh hiệu quả.

Khi đã tìm được cho khách hàng một ngôi nhà phù hợp, khi đã dành toàn bộ thời gian và tâm sức vào việc kinh doanh bất động sản thì dù ở bất kì vị trí nào - người bán hay người trung gian, bạn sẽ biết một bí mật lớn: kinh doanh bất động sản có rất nhiều điều thú vị. Tuy nhiên, đôi khi bạn cũng cảm thấy tội lỗi khi kiếm tiền trong lĩnh vực này.

6. Hãy nhằm vào các khu vực phát triển và cố gắng đừng bán những gì mình đang có

DOUGLAS BAUMWALL

Douglas Baumwall là một nhà môi giới thương mại được Collins & Collins Investments chứng nhận. Các bài báo của ông được đăng trên tạp chí Florida Association of Realtors và tạp chí Florida Commercial

Tôi có hai lời khuyên mà có lẽ những người kinh doanh bất động sản đều muốn tham khảo.

Thứ nhất, hãy nhằm vào các khu vực lân cận thành phố đang có xu hướng phát triển. Sau đó, hãy mua đất tại các trục đường giao thông chính. Đó là nơi giá đất được tính theo diện tích thực chứ không phải diện tích mặt tiền của nó.

Thứ hai, cố gắng không bán những bất động sản bạn đang sở hữu trừ khi diện tích của nó quá bé và bạn không thể quản lý nó một cách hiệu quả. Mua bất động sản là một ý tưởng tuyệt vời. Giúp người khác bán bất động sản cũng là một ý tưởng tuyệt vời chẳng kém. Bạn có thể thực hiện kết hợp hai ý tưởng nói trên bằng cách bán lại các hợp đồng trước khi chốt nó hoặc sở hữu một công ty môi giới bất động sản.

7. Làm việc với các chuyên gia đáng tin cậy

JOHN BEARDEN
John Bearden là chủ tịch và CEO của GMAC Home Services. Koenig & GMAC Real Estate - một thành viên của tập đoàn GMAC - đại diện duy nhất thực hiện việc bán Khách sạn và tháp quốc tê Trump tại thành phố Chicago

Lời khuyên mà tôi đưa ra nghe có vẻ đơn giản nhưng không vì thế mà tầm quan trọng của nó bị suy giảm.

Hãy tìm một chuyên gia bất động sản mà bạn có thể tin tưởng được.

Ý tôi là phải thực sự tin tưởng.

Với nhiều người, mua hay bán một ngôi nhà là việc trọng đại của cuộc đời (có liên quan đến giao dịch tài chính). Hãy tin tôi! Bạn sẽ không yên tâm giao phó công việc quan trọng và đặc biệt phức tạp này cho người mà bạn không hoàn toàn tin tưởng hay không thích.

Cũng giống như nhiều người khác, tôi và vợ tôi đã rút ra bài học này trong lần đầu tiên chúng tôi kinh doanh bất động sản. Chuyện đó xảy ra khá lâu rồi. Trong những năm qua, chúng tôi đã mua và bán một vài ngôi nhà và chỉ bị thua lỗ khi mua và bán ngôi nhà đầu tiên. Tại sao lại như vậy? Bởi vì khi đó, chúng tôi không nhận ra rằng bỏ thời gian để tìm một chuyên gia bất động sản có tài năng, có tâm huyết với công việc - là một việc làm khôn ngoan.

Thật không may, chuyên gia bất động sản của chúng tôi lựa chọn khi đó (chúng tôi đã lựa chọn rất nhanh và chẳng nghiên cứu kỹ lưỡng gì) đã cho chúng tôi những lời khuyên vô giá trị. Còn tồi tệ hơn những lời khuyên đó chính là khả năng giao tiếp của cô ta. Tôi phải nói rằng, không thể gọi đó là khả năng giao tiếp được. Tôi không thể

quên được một câu cô ta nói với chúng tôi: "Tôi sẽ thông báo cho ông bà biết khi nào chốt được hợp đồng mua bán", bởi vì giờ đây tôi đã thấm thía ý nghĩa thực sự của câu nói đó. Nó có nghĩa là: "Tôi sẽ thông báo cho ông bà biết khi nào tôi nhận được tấm séc tiền hoa hồng của tôi." Và có lẽ cô ta cũng muốn nói thêm rằng: "Cho đến lúc đó, đừng quấy rầy tôi nhé!"

Vì vậy, tôi muốn nhấn mạnh thêm một lần nữa: Hãy tìm một chuyên gia hoạt động trong lĩnh vực bất động sản, người mà bạn có thể tin tưởng, xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài. Đó không phải là chú của một người bạn - người mà cứ ba năm mới hoàn thành xong hai vụ làm ăn và ký kết được hợp đồng. Hãy tìm kiếm một người biết đánh giá mối quan hệ cao hơn số tiền hoa hồng thu được sau mỗi vụ làm ăn. Hãy hỏi ý kiến của bạn bè và những người hàng xóm xem họ đã hợp tác với ai và tại sao? Khi mua hoặc bán một ngôi nhà, họ có cần nhờ tới chuyên gia bất động sản không? Khi bạn đã tìm thấy một "người đặc biệt", hãy liên hệ với anh ta (cô ta) và hợp tác với người ấy.

Những chuyên gia bất động sản giỏi luôn biết cách duy trì quan hệ hợp tác với bạn và luôn hành động đúng vai trò của một người cố vấn được bạn tin cậy. Họ luôn nói với bạn - khi thì bằng những con số, khi thì bằng ngôn từ - những gì họ sẽ làm cho bạn, khi nào họ sẽ thực hiện và tại sao lại như vậy. Sau khi đã hoàn thành mọi việc, họ sẽ yêu cầu bạn đánh giá trung thực về hiệu quả công việc. Họ nắm vững tình hình thị trường nhà đất bao gồm tất cả thông tin về khu dân cư và cộng đồng dân cư xung quanh ngôi nhà (loại nhà đó là gì, chất lượng trường học của khu vực đó ra sao, những công viên trong khu vực và vân vân). Điều này giúp bạn đưa ra những quyết định đúng đắn.

Và đó chính là lời khuyên về kinh doanh bất động sản tốt nhất mà tôi có thể đưa ra để các bạn tham khảo. Tôi hy vọng nó không chỉ giúp bạn tránh được những rắc rối người mua nhà và bán nhà thường gặp mà nó còn giúp cho quá trình mua bán diễn ra đúng như bạn mong muốn. Một kinh nghiệm thay đổi cuộc sống thú vị và tuyệt vời!

8. Luôn làm những điều tốt nhất có thể

FRANK G. BINSWANGER JR.
Frank G. Binswanger là chủ tịch của Binswanger - công ty của gia đình Binswanger, đứng đầu trong các công ty bất động sản quốc tê và có 160 văn phòng đại diện trên toàn thế giới

Cha chúng tôi - người đầu tiên xây dựng công ty Binswanger trong thời kỳ Đại khủng hoảng kinh tế - luôn nói với chúng tôi rằng: “Đừng bao giờ cố đốt nến ở cả hai đầu.” Bạn chỉ có thể là người môi giới hoặc người đầu tư chứ không thể là cả hai người đó. Bạn sẽ là đại diện của khách hàng, hoặc là đại diện của chính bạn. Nói một cách dễ hiểu nhất, bạn không thể trung thành với hai người chủ cùng một lúc. Mặc dù ngày nay, lời khuyên kể trên vẫn còn gây tranh cãi nhưng vào thời của cha tôi, đó là một phương châm làm ăn đúng đắn. Công việc kinh doanh của chúng tôi rất phát đạt vì chúng tôi có thể tập trung hết công sức để đại diện cho khách hàng mà không gây ra bất kỳ sự bất đồng hay xung đột nào.

Tôi có thể lấy một ví dụ chứng minh. Đó là vào thập niên 1960, 1970, các tập đoàn và các công ty đều muốn thuê một công ty bất động sản làm đại diện duy nhất cho mình để giải quyết nhu cầu về bất động sản của công ty ở nước Mỹ và trên toàn thế giới. Khi các công ty quy mô nhỏ phát triển thành tập đoàn quốc gia và quốc tế, công ty của chúng tôi cũng có cơ hội phát triển theo. Thêm vào đó, nguyên tắc hoạt động của công ty chúng tôi là mở rộng để cung cấp các dịch vụ về tài chính, quản lý bất động sản và các dự án, thẩm định giá trị tài sản, cùng với các dịch vụ chiến lược khác trên qui mô toàn cầu.

Chúng tôi luôn nghĩ rằng giao dịch bất động sản là công việc kinh doanh. Chưa có ai lại bán nhà qua mạng. Hãy “ra đường” , vì ở đó bạn có thể trao đổi trực tiếp với người muốn bán hoặc muốn mua ngôi nhà. Hãy tạo lập mối quan hệ thân thiết với người đó.

Ngày nay, công ty Binswanger đã tồn tại qua ba thế hệ. Các dịch vụ của công ty chúng tôi đã có mặt ở khắp mọi nơi trên thế giới. Chúng tôi vô cùng tự hào về các đối tác làm ăn và khách hàng của mình.

Tôi xin nhắc lại lời của Robert Browning: "Con người phải với xa hơn chiều dài cánh tay mình, nếu không thiên đường sẽ trở thành vô nghĩa." Điều này có nghĩa là chúng ta không thể bằng lòng với những điều tầm thường. Hãy làm những gì tốt nhất mà bạn có thể!

9. Tập trung vào khu vực kinh doanh và tiến hành kinh doanh

STEVE BOLLENBACH
Steve Bollenbach là Chủ tịch và CEO của tập đoàn Hilton

Bất cứ ai đã từng có những hoạt động liên quan đến kinh doanh bất động sản đều hiểu rằng vị trí của ngôi nhà hay mảnh đất là một yếu tố cực kỳ quan trọng, đặc biệt là trong kinh doanh khách sạn. Khi nguồn cung của những ngôi nhà chỉ có hạn, chúng ta sẽ kinh doanh rất tốt.

Donald Trump cũng đã tiến hành kinh doanh dựa theo đặc điểm đáng lưu ý này. Với chuyên môn và danh tiếng của mình, ông có thể phát triển kinh doanh ở bất kỳ đâu trên thế giới. Tuy nhiên, ông đã tập trung kinh doanh tại nước Mỹ, cụ thể hơn là ở thành phố New York và đặc biệt là khu vực New York Midtown . Ông đã tham gia vào những vụ kinh doanh bất động sản lớn nhất tại Midtown như: Khách sạn Plaza (Plaza Hotel), Toà nhà General Motors (General Motors Building), các văn phòng tại Đại lộ 5 và các tài sản khác xung quanh Công viên Trung tâm (Central Park). Với bất kỳ một nhà phát triển nào, kinh doanh theo cách mà Trump đã làm là đúng đắn nhưng không phải ai cũng thực hiện được như vậy. Thành công của Trump là do tập trung kinh doanh ở những nơi có vị trí quan trọng, trung tâm.

10. Phát triển kinh doanh tại những nơi có xu hướng tăng trưởng

ROBERT BOYKIN

Robert Boykin là Tổng giám đốc điều hành của công ty Boykin Lodging, một công ty đầu tư trong lĩnh vực bất động sản, chuyên kinh doanh khách sạn tại thành phố New York. Với trụ sở đặt tại Cleveland, Ohio từ năm 1959 đến nay công ty đã phát triển, quản lý và sở hữu nhiều khách sạn.

Lời khuyên có giá trị nhất trong kinh doanh bất động sản mà tôi từng được nghe là lời khuyên của cha tôi - William J. Boykin - người sáng lập ra công ty Boykin Lodging. Ông nói: "Phải mở rộng triển kinh doanh ở những nơi có xu hướng tăng trưởng. Nếu con lựa chọn thời điểm hơi sớm hoặc phạm một sai lầm nào đó, sự tăng trưởng sẽ khiến con thất bại. Nếu con lựa chọn một nơi đã phát triển nhưng không có khả năng tiếp tục phát triển thì khi đó, con đã mắc sai lầm, tức là con sẽ sai lầm mãi mãi." Và ông đã đúng.

11. Giữ gìn danh tiếng, kiên nhẫn, chăm chỉ, dựa vào người dân địa phương

DAVID BRAUSE

David Brause là Chủ tịch của Tập đoàn Bất động sản Brause (Brause Realty, Inc)

Tôi là một thành viên trong công ty của gia đình. Ông tôi thành lập Brause Realty vào năm 1927. Hiện nay, tuy đã ở tuổi 90 nhưng ngày nào bà tôi cũng tới công ty. Cha tôi tham gia vào tất cả các vụ làm ăn lớn và quan trọng của công ty. Ngoài ra còn có các em cùng cha khác mẹ, các cô và các anh em họ phụ giúp tôi quản lý, điều hành công ty. Chúng tôi nắm phần lớn cổ phần của công ty trong suốt 30, 40 và thậm chí 50 năm. Phương châm kinh doanh của chúng tôi là không mua các tài sản có giá, được đẩy lên cao để bán.

Mặc dù hầu hết những điều tôi biết đều là do tôi học được từ gia đình, tôi vẫn cho rằng: bất cứ ai là thành viên của một công ty thuộc sở hữu gia đình, trước tiên, nên làm việc ở các công ty khác để tích luỹ kinh nghiệm. Cha tôi vẫn nhớ những ngôi nhà và những người thuê nhà mà ông từng ký hợp đồng khi ông còn làm ở công ty môi giới trước khi về làm việc cho công ty của gia đình. Tôi bắt đầu làm việc cho Goldman Sachs từ năm 1992 và suốt 2 năm làm việc ở đó, tôi đã làm việc trong một môi trường cạnh tranh. Tuy nhiên, đó lại là cơ hội lớn để tôi học cách kinh doanh bất động sản. Yếu tố "khôn khéo", từ lâu đã được công nhận là rất cần thiết trong kinh doanh bất động sản nhưng cũng cần phải được kết hợp hiểu biết về kinh doanh và sự hiểu biết luật pháp.

Có 4 nguyên tắc mà tôi đã học được từ gia đình:

1. Tài sản lớn nhất của các công ty hay cá nhân nào trong lĩnh vực kinh doanh này có chính là danh tiếng. Danh tiếng là chìa khoá thành công. Không còn gì tồi tệ hơn là tự bôi nhọ tên tuổi của mình.

Tôi tin rằng việc kinh doanh của Brause phát triển là vì chúng tôi có một cái tên mà bản thân nó có một ý nghĩa nào đó với khách hàng. Khi một người môi giới tìm được 3 ngôi nhà ưng ý, trong số có ngôi nhà của chúng tôi, tôi nghĩ anh ta sẽ chọn Brause vì anh ta biết chúng tôi kinh doanh như thế nào. Công ty của chúng tôi có qui mô nhỏ và chúng tôi có thể đưa ra quyết định rất nhanh chóng. Chúng tôi trung thực và trong cách cư xử của mình, chúng tôi tôn trọng mọi người.

2. Bạn phải kiên trì. Trong một vụ làm ăn, bạn rất dễ đưa ra những quyết định nóng vội vì bạn muốn hoàn thành nó một cách nhanh gọn. Hãy dành nhiều thời gian cho những quyết định lớn, quan trọng. Một cái "hít sâu" trước khi quyết định mua hoặc bán một tài sản giá trị sẽ tạo nên sự khác biệt.

3. Không gì có thể thay thế được làm việc chăm chỉ. Cho tới nay, cha tôi vẫn đọc tất cả các hợp đồng làm ăn mà chúng tôi ký kết. Trước khi mua hoặc bán một ngôi nhà, từng bản hợp đồng đều được xem xét lại. Tất nhiên là trong các vụ làm ăn, chúng tôi đều thuê luật sư và xem xét lại hợp đồng là công việc của họ. Nhưng ông và tôi đều tin rằng: không gì bằng tự mình nắm rõ tất cả các sự kiện có liên quan đến tài sản mà mình định mua hoặc bán kể cả các hợp đồng sửa chữa nhà.

4. Khi bạn không kinh doanh ở địa phương của mình, điều quan trọng là bạn phải thuê được những người dân bản xứ làm luật sư, kỹ sư, nhân viên môi giới... cho mình. Một điều hiển nhiên là: trong kinh doanh bất động sản, địa điểm là yếu tố quyết định. Do vậy có thể nói rằng đây là hoạt động kinh doanh có tính địa phương. Đặc biệt, nếu bạn chuẩn bị chuyển từ một thị trường lớn như thành phố New York tới một thị trường nhỏ hơn, bạn không nên tỏ ra khôn ngoan, biết hết mọi thứ. Bạn hãy lắng nghe, ý tôi là phải thực sự lắng nghe. Điều đó tốt hơn việc xuất hiện một cách rầm rộ và tuyên bố: "Đây là điều chúng tôi sẽ làm để đưa tên địa phương của các bạn lên bản đồ." Hãy lắng nghe lãnh đạo địa phương và thậm chí là những người dân địa phương nói về nguyện vọng lớn nhất của họ.

Công ty của chúng tôi đã tham gia vào một dự án phát triển ở Saratoga Springs, New York. Đây là một minh chứng tuyệt vời cho những gì tôi vừa nói. Dự án của chúng tôi đã mang lại nhiều lợi ích cho người dân địa phương chứ không chỉ đáp ứng những thiếu thốn của họ. Kết quả là, dự án đó đã được Cơ Quan Bảo Tồn Giá Trị Lịch

Sử của địa phương trao tặng một giải thưởng danh giá. Chúng tôi đã dành được niềm tin và sự hợp tác của người dân.

Sẽ xuất hiện nhiều trở ngại khi bạn tham gia vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản; và để đứng vững, bạn phải làm việc thực sự chăm chỉ. Xét trên nhiều phương diện, điều này cũng giống như việc lập gia đình. Khi mối quan hệ đủ chín để tiến tới một bản hợp đồng được pháp luật công nhận, sự thành công lâu dài không chỉ phụ thuộc vào việc bạn có lưu ý thường xuyên tới các điều khoản của hợp đồng hay không mà còn phụ thuộc vào việc bạn có lưu ý tới nhu cầu của các bên liên quan hay không. Để chiến thắng, bạn cần lao động, và bạn sẽ có được phần thưởng xứng đáng với những nỗ lực mà mình bỏ ra.

12. Đấu giá bất động sản mang lại lợi ích cho các nhà đầu tư dù họ đang mua hay đang bán

JOHN BROWN
John Brown là người phụ trách hoạt động đấu giá của Express Auction, một trong những công ty tổ chức đấu giá bất động sản hàng đầu của Mỹ.

Lời khuyên tốt nhất tôi từng nhận được là: coi đấu giá là một cách để mua và bán, cũng như đầu tư bất động sản.

Từ lâu, đấu giá đã gắn liền với việc bán các tài sản bị tịch biên, tịch thu và đồ cổ. Điều này là hoàn toàn đúng. Tuy nhiên, đấu giá cũng là một phương pháp hiệu quả và cực kỳ phổ biến trong việc mua, bán các tài sản có giá trị lớn. Hiệp hội những nhà đấu giá quốc gia cho biết: Trong năm 2005, số lượng các cuộc đấu giá trực tiếp trong kinh doanh bất động sản tăng 4,9% sau khi đã đạt mức tăng kỷ lục 11,1% vào năm 2004. Rất lặng lẽ, hàng năm, hoạt động đấu giá bất động sản đóng góp 6,5 tỷ đô la vào tổng doanh thu của thị trường này. Một nghiên cứu của Hiệp hội những người kinh doanh bất động sản quốc gia dự đoán đến năm 2010, cứ ba tài sản thì sẽ có một cái được bán bằng phương pháp đấu giá. Gần đây, các toà chung cư, các ngôi nhà, nhà máy công nghiệp, các điểm phát triển, khu nghỉ mát, khu văn phòng, các trung tâm bán lẻ, khách sạn, nhà hàng và các câu lạc bộ đêm đã được rao bán thông qua đấu giá.

Đấu giá tạo không khí gấp gáp, khẩn trương

Khi một người quyết định bán tài sản của mình bằng hình thức đấu giá, người đó sẽ cùng với công ty đấu giá quyết định ngày đấu giá

tài sản. Sau đó, công ty tổ chức đấu giá sẽ quảng cáo tài sản với nhằm thu hút sự quan tâm của các khách hàng tiềm năng. Đấu giá sẽ tạo ra không khí gấp gáp, khẩn trương đối với người mua, những người hiểu rằng tài sản chỉ được bán vào một ngày nhất định. Điều này góp phần thu hút những người thực sự muốn mua. Họ nhận thức được rằng, người chủ sở hữu có lý do và nghiêm túc trong việc nhượng lại tài sản. Những người mua hiểu được điều lệ của phiên đấu giá. Họ biết giá tối thiểu và có cơ hội xem xét kỹ tài sản, đồng thời thể hiện sự kiên trì của mình. Sau cùng, đấu giá đem lại cơ hội chiến thắng cho cả người mua và người bán. Người bán muốn làm tăng gấp đôi giá trị của tài sản trên thị trường nhưng người mua chỉ muốn trả một khoản bằng một phần mười giá trị của nó. Mà tại sao chúng ta lại không thể làm được điều đó! Sự thật là đấu giá cho thấy giá trị hiện thời của tài sản trên thị trường và khiến người mua mong muốn được mua tài sản đó. Hơn nữa, quá trình này chỉ diễn ra trong vòng 60 ngày chứ không phải là 6 tháng hay 2 năm.

Các công ty đấu giá là các chuyên gia bất động sản

Do các cuộc đấu giá bất động sản đã trở nên phổ biến, các công ty tổ chức đấu giá có thể cung cấp hàng loạt dịch vụ, cạnh tranh với dịch vụ của các công ty môi giới bất động sản truyền thống. Đây là các chuyên gia bất động sản được cấp phép hoạt động, có khả năng tổ chức được nhiều hơn các hoạt động đấu giá đơn thuần.

Khi công ty đấu giá nhận được danh sách tài sản, phòng đấu giá sẽ thực hiện toàn bộ việc chuyển giao, từ bước khảo sát tới bước chốt hợp đồng. Trong suốt quá trình đó, các công ty thương mại đấu giá bất động sản làm việc với chủ sở hữu để định giá tài sản, xây dựng hình thức và các điều lệ của buổi đấu giá, giải quyết các vấn đề luật pháp, kỹ thuật, cũng như chuẩn bị kế hoạch marketing, phô tô quảng cáo, các quyển cung cấp thông tin, bao gồm: thông tin so sánh, thông tin nhân khẩu học và các thông tin kinh tế khu vực. Công ty đấu giá có nhiệm vụ thu hút sự chú ý của người mua. Trong ngày đấu giá, công ty này tổ chức đấu giá và đảm bảo quá trình kết thúc tốt đẹp. Sau khi một giá nào đó được chấp nhận và hợp đồng được ký kết, công ty đấu giá như Express Auction có trách nhiệm hướng dẫn hai bên mua -

bán hoàn tất những thủ tục cần thiết.

Các nhà môi giới truyền thống hợp tác với các công ty đấu giá bất động sản

Do đấu giá dần trở thành yếu tố chính trong nền công nghiệp thương mại bất động sản, nhiều công ty môi giới bất động sản truyền thống hợp tác với các công ty đấu giá bất động sản. Ngày nay, các công ty môi giới bất động sản có thể cung cấp các dịch vụ đấu giá như là phương pháp khác nhằm bán tài sản cho người muốn bán.

Đấu giá có tác dụng cả trong thị trường phát triển và thị trường không phát triển

Những nhà đầu tư bất động sản thường phân vân không biết hình thức đấu giá có hiệu quả trong thị trường phát triển hay thị trường không phát triển? Đấu giá có lợi cho người mua hay người bán. Khi thị trường nóng - thị trường của người bán - người bán có chiếc đòn bẩy để nâng giá tài sản, cho dù sử dụng hình thức nào đi chăng nữa. Điều ngược lại hoàn toàn đúng trong thị trường của người mua .

Mặc dù vậy, trong từng loại thị trường, đấu giá đều mang lại nhiều lợi ích.

Khi thị trường của người bán phát triển mạnh, đấu giá làm tăng tối đa giá trị tài sản và đảm bảo người bán sẽ thu được nhiều tiền nhất vì toàn bộ “khán giả” mua đều biết tới cơ hội mua tài sản thông qua chiến dịch marketing rầm rộ. Ngay cả khi thị trường chững lại, người bán vẫn có lợi từ tốc độ của việc bán hàng theo phương thức đấu giá. Một cái lợi nữa là họ có tiền để sớm tái đầu tư, loại bỏ nguy cơ thường xuyên phải cầm cố, nộp thuế và các khoản chi trả cho sửa chữa, bảo dưỡng ngôi nhà.

Trong thị trường của người mua, khi có quá nhiều tài sản được rao bán, các cuộc bán đấu giá dường như làm đóng băng thị trường và nó thu hút hầu hết sự chú ý của người mua vào tài sản được đấu

giá. Những người mua thường nói: “Này, tôi sẽ chờ cuộc đấu giá kết thúc rồi mới xem xét các tài sản tương tự trong vùng, vì có lẽ tài sản được đấu giá là tài sản tốt nhất.”

Như vậy, cho dù đó là nền kinh tế hay thị trường nào, đấu giá cũng mang lại nhiều lợi ích cho cả người mua và người bán:

Tốc độ mua bán. Đấu giá giúp đưa tài sản ra khỏi danh sách các tài sản được rao bán và bán cho người cần mua trong khoảng thời gian chưa tới 90 ngày. Điều này làm giảm chi phí cơ hội của tài sản trong quá trình chuyển sở hữu và trong thị trường suy giảm, cho phép người bán bán được tài sản trước khi nó bị giảm giá trị.

Người bán là người đặt ra các điều lệ. Với việc đặt ra các điều lệ như: không có trường hợp ngẫu nhiên, bán theo hiện trạng, không bảo đảm, tiền đặt cọc lớn, thời hạn chốt hợp đồng 30 ngày, điều duy nhất những người tham gia đấu giá có thể lựa chọn là đưa ra giá của mình.

Giá trị. Các nghiên cứu mang tính học thuật và kinh nghiệm của chúng tôi đều cho thấy: Tại các cuộc đấu giá, tài sản bán được giá hơn so với kiểu bán thương lượng. Điều này một phần là do sự kết hợp giữa phản ứng của thị trường cưỡng bức và ngày bán được quyết định từ trước.

Sự minh bạch. Cả người mua và người bán đều biết rõ toàn bộ quá trình mua bán. Thời gian của cuộc đấu giá được đảm bảo, các điều lệ là cố định và giá đấu thầu được tuyên bố công khai.

Nhiều người mua hơn. Phương pháp quảng cáo và marketing độc quyền của một nhà đấu giá cho phép người bán tiếp cận với rất nhiều người mua và vì vậy, nó giúp bộc lộ giá trị thực sự của tài sản trên thị trường.

Chiến thắng dành cho cả người mua và người bán. Trong một cuộc đấu giá, người mua cũng là người chiến thắng vì anh ta có thể tránh được các cuộc đàm phán, thương lượng kéo dài, có thể chấp nhận được mức độ khó của sân chơi và có được sự tự tin do biết rằng: cái giá mà mình đã trả là mức cần thiết tối thiểu để mua được tài sản.

Có thể nói, đấu giá bất động sản mang lại lợi ích cho các nhà đầu tư bất động sản, dù họ là người mua hay người bán.

13. Đầu tư vào nhà cho hộ gia đình thuê

ROBERT J. BRUSS

Trong hơn 20 năm qua, Robert J. Bruss đã viết bài cho chuyên mục Hỏi - đáp Bất động sản của tuần báo Real Estate Mailbag. Ông là tác giả cuốn "Lời chỉ dẫn về kinh doanh bất động sản của một nhà đầu tư bất động sản khôn ngoan" và là đồng tác giả của giáo trình "Luật bất động sản California" cùng với Tiến sĩ William Pivar

Lời khuyên có giá trị nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi biết đã đến với tôi từ hai nguồn. Thứ nhất là cuốn "Làm thế nào để tôi biến 1.000 đô la thành 1 triệu đô la bằng cách kinh doanh bất động sản trong thời gian rảnh rỗi" của William Nickerson. Tôi đã mua cuốn sách đó trong cửa hàng lưu niệm của khách sạn tại Sydney, Australia năm năm 1963.

Cuốn sách đã đó chiếm lĩnh toàn bộ thời gian còn lại trong kỳ nghỉ của tôi. Tôi không thể nào rời mắt khỏi nó, ngay cả khi tôi tới thăm quần đảo xinh đẹp Fiji, Tahiti và Hawaii trong hành trình quay trở về của mình. Đó là cuốn sách thú vị nhất mà tôi từng được đọc và sau đó thì nó trở thành cuốn sách bán chạy nhất. Nó làm thay đổi cuộc sống của hàng nghìn, người trong đó có tôi, vì nó cung cấp một kế hoạch chi tiết để đầu tư kinh doanh bất động sản.

Bill Nickerson đã tiết lộ chi tiết làm cách nào mà ông cùng vợ mình - Lucille - bắt đầu đầu tư vào một căn nhà nhỏ cho thuê, và sau khi nộp thuế tài sản của ông đã tăng lên hàng triệu đô la. Ngày nay, chỉ còn một số thư viện lớn có cuốn sách tuyệt vời này. Các bản copy của nó cũng có giá khoảng 100 đô la một bản.

Cuốn sách này đã giúp tôi tìm ra phương hướng để đầu tư bất động sản hiệu quả. Tôi bắt đầu với việc mua một căn hộ 3 phòng phù hợp cho một gia đình sinh sống. Tôi vay bố mẹ 5.000 đô la tiền mặt (tất nhiên là tôi đã trả lại) và đầu tư vào các căn hộ.

Trong mấy năm đầu, tôi đi chệch hướng. Khi đó, tôi chỉ là một nhà môi giới bất động sản tại San Francisco. Tôi đã bán các tài sản đầu tư của mình. Nhưng tôi nhanh chóng phát hiện ra rằng, nếu như bán bất động sản mang lại cho ta những khoản thu tức thời thì đầu tư vào bất động sản sẽ mang lại một sự đảm bảo lâu dài.

Nguồn thứ hai mang lại cho tôi lời khuyên tốt nhất trong kinh doanh bất động sản đã đến với tôi một cách bất ngờ. Năm 1972, khi tôi đang ngồi đọc báo bất động sản trong quán cà phê của khách sạn Sheraton Princes Kaiulani tại Honolulu thì một phi công tên là Pan Am ngồi cạnh tôi nói: “Tôi thấy anh rất quan tâm tới bất động sản. Tôi cũng vậy.”

Chúng tôi bắt đầu nói chuyện với nhau như vậy và tiếp tục nói về đề tài đầu tư vào loại bất động sản nào là có lợi nhất. Anh ta thích đầu tư vào các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê và kể cho tôi nghe về một hội thảo bất động sản mà anh ta mới tham dự.

Tôi không thể không nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tham gia vào các khoá học về bất động sản, càng nhiều càng tốt, đặc biệt là khi mới bắt đầu đầu tư vào bất động sản. Hầu như tôi đã tham gia tất cả các khoá học về bất động sản do trường đại học Cộng đồng California tổ chức. Sau này, tôi cũng tham gia giảng dạy cho nhiều khoá học như vậy. Tôi đã cùng với giáo sư William Pivar viết cuốn giáo trình “Luật bất động sản California” và hiện nay (năm 2006), cuốn sách đã được tái bản 6 lần. Cho dù bạn tham gia một lớp học thêm, một hội thảo cuối tuần hay một khoá học của một trường đại học thì điều quan trọng nhất vẫn là: hãy nhanh chóng học hỏi kinh nghiệm từ những người hướng dẫn và tránh vấp phải những lỗi khiến bạn phải trả giá đắt trong đầu tư bất động sản.

Khoảng một tháng sau khi tôi gặp người phi công Pan Am này, tôi đã tham dự hội thảo mà anh ta giới thiệu. Đó là hội thảo “Phát triển mạnh từ những vụ làm ăn nhỏ” với sự tham gia của John Schaub và Jack Miller, tại Reno, Nevada. Tôi xin được trích ra đây câu nói đùa của những người hướng dẫn này: “Bất động sản chẳng có gì là mạo hiểm nếu bạn biết mình đang làm gì.” Sau đó, họ giải thích tại sao đầu tư vào các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê lại là cách đầu tư tốt nhất về lâu dài cho những nhà đầu tư bất động sản tầm trung, không có nhiều vốn như tôi và anh chàng phi công Pan Am.

Tại thời điểm đó, tôi sở hữu một toà nhà nhỏ có nhiều căn hộ tại San Francisco. Tôi đã trang trí cho toà nhà đó (tôi tự sơn tất cả mọi căn hộ trong thời gian rảnh rỗi, vì không có đủ tiền để thuê thợ sơn chuyên nghiệp) và toà nhà đã sẵn sàng đem bán hoặc đổi lấy những tài sản có giá trị hơn thông qua Hệ thống trao đổi 1031. Mặc dù hội thảo của Schaub - Miller đã giúp tôi hiểu được lợi ích của việc chuyển từ chiến lược "mua nhà lớn hơn" thông qua hệ thống trao đổi miễn thuế 1031 sang chiến lược "mua và quản lý các ngôi nhà cho thuê" nhưng tôi vẫn chưa bị thuyết phục hoàn toàn.

Tuy nhiên, vào một buổi tối, ngay sau bữa ăn, điện thoại nhà tôi liên tục reo. Đó là điện thoại từ những gia đình thuê các căn hộ của tôi. Họ giận dữ phàn nàn và thông báo với tôi rằng hệ thống sưởi ấm trong nhà của họ hiện không hoạt động. Người quản lý nhà của tôi đã đi chơi tối và những người thuê nhà lại không được cung cấp số điện thoại nhà riêng của tôi (thật là một sai lầm nghiêm trọng!). Ở San Francisco, không có hệ thống sưởi, thậm chí là vào tháng Tư - khi người dân ở những vùng khác trên đất nước đang phải chịu cảnh nóng bức thì quả là một vấn đề nghiêm trọng. Đúng như Mark Twain đã từng nói: "Mùa đông lạnh nhất mà tôi từng trải qua chính là mùa hè ở San Francisco."

Ngày hôm sau, tôi thuê thợ tới sửa nồi hơi của hệ thống sưởi và những người thuê nhà lại cảm thấy hài lòng như trước. Nhưng sự kiện này đã khiến tôi nhận ra rằng, tôi không thể bỏ tất cả những quả trứng mà tôi có vào trong một chiếc giỏ (các căn hộ cho thuê), cho dù tôi chăm sóc chiếc giỏ đó rất chu đáo. Vì vậy, tôi quyết định làm theo phương pháp của Schaub - Miller: bán toà nhà có các căn hộ cho thuê đi và mua các ngôi nhà cho các gia đình đơn lẻ thuê. Kế hoạch này giúp tôi lên tới đỉnh cao của thành công!

Như Schaub và Miller đã hướng dẫn tôi trong buổi hội thảo, mua, quản lý tài chính, quản lý và bán lại các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê dễ dàng hơn rất nhiều so với bất cứ loại bất động sản nào khác.

Sau khi chuyển sang đầu tư vào các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê, tôi đã có thể quản lý được nhiều việc trong cùng một lúc. Thay vì thuê nhiều nhân công, tôi thuê những người ký hợp đồng độc lập chỉ làm việc cho mình những khi cần thiết, ví dụ như: người làm công việc vặt, thợ sửa đường ống, thợ sửa mái nhà và nhiều người

khác làm việc cho mình những khi cần thiết. Nếu một người nào đó làm tôi không hài lòng, tôi sẽ không thuê anh ta nữa. Tôi không bao giờ phải đuổi việc nhân viên, vì tôi chẳng có nhân viên nào cả.

Một điều cũng quan trọng không kém là khi một ngôi nhà xảy ra sự cố thì nó chỉ ảnh hưởng tới hộ gia đình ở đó mà thôi. Quả là, tôi đã gặp các vấn đề ví dụ như tắc đường ống nước thải, nhưng sự cố đó chỉ ảnh hưởng tới một hộ gia đình chứ không ảnh hưởng tới toàn bộ các hộ gia đình trong một toà nhà như trường hợp hệ thống sưởi không hoạt động mà tôi đã kể ở trên.

Trong những năm qua, tôi đã mua và bán nhiều ngôi nhà với mức lợi nhuận kha khá. Tôi mua được những ngôi nhà cầm cố và sau đó, khách hàng của tôi lại mang thu nhập tới cho tôi mà không phải làm gì, trừ việc trả hoá đơn của các tài sản bị cầm cố đó. Tôi thường cho thuê các ngôi nhà. Khách hàng của tôi cũng có rất nhiều lợi ích do họ có thể nợ một phần tiền thuê nhà mà họ mà phải trả cho tôi. Trong tương lai, lợi nhuận của hoạt động này sẽ lớn hơn lợi nhuận thu được từ kiểu bán và cho thuê thông thường, đồng thời cũng lớn hơn lãi suất có được từ việc cầm cố tài sản.

Tôi luôn biết ơn William Nickerson vì lời khuyên tuyệt vời của ông trong cuốn "Làm thế nào để tôi biến 1.000 đô la thành 1 triệu đô la bằng cách kinh doanh bất động sản trong thời gian rảnh rỗi" (McGraw - Hill, 2004). Tôi cũng không bao giờ quên Jack Miller, người đã dạy tôi: đầu tư vào những ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê là giải pháp tốt nhất dành cho những nhà đầu tư tầm trung trong việc mua, quản lý tài chính, quản lý và bán các ngôi nhà đó thật dễ dàng.

14. Phương pháp tiếp cận chung với các tài sản thế chấp đang chờ thanh lý

M. ANTHONY CARR

M. Anthony Carr từng là người đầu tư, nhân viên bất động sản, người đào tạo bất động sản, người phụ trách chuyên trang và tác giả chuyên viết về bất động sản từ năm 1989 đến nay. Ông là cựu Tổng biên tập cho Thời báo Washington và là tác giả của cuốn "Đầu tư bất động sản dễ dàng hơn: phương pháp tiếp cận chung với Building Wealth"

Lời khuyên có giá trị nhất mà tôi từng được nghe là: khi bạn muốn mua tài sản bị thế chấp đang chờ thanh lý của một người đang trong cảnh túng quẫn, cách làm khôn ngoan nhất là thiết lập mối quan hệ kinh doanh với người đó càng sớm càng tốt. Hãy cho anh ta biết rằng bạn là một nhà đầu tư, bạn có thể giúp anh ta tránh khỏi cảnh bị cầm cố tài sản và mang tiền mặt đến cho anh ta.

Rất nhiều nhà đầu tư theo cơ hội muốn kiếm lợi nhuận bằng cách mua các tài sản bị cầm cố. Họ thường nảy sinh ý tưởng này từ những bản tin cuối ngày của ti vi, và các ý tưởng đó biến thành những e - mail gửi cho tôi để hỏi cách bắt đầu như thế nào. Thực ra mua bán các tài sản thế chấp đang chờ thanh lý là con đường kiếm tiền rất nhanh khi người đó mua được tài sản với giá hợp lý và điều kiện tài sản còn tốt; sau đó quay vòng, bán nó để kiếm một khoản lời lớn. Thách thức duy nhất là đôi khi bạn phải đối mặt với một vài nhà đầu tư - những người muốn làm những việc bạn đang làm - tại toà án.

Làm điều mà người khác không làm, bạn sẽ tăng lợi nhuận của mình tới mức khổng lồ. Hãy tìm kiếm các tài sản có nguy cơ bị cầm cố. Đó là những viên kim cương thật sự trong lớp bọc sần sùi, khô cứng của đầu tư bất động sản. Bạn có nhiều lợi thế hơn vì bạn đang giải quyết công việc với những người chủ túng quẫn - người sẵn sàng bán tài sản với mức hạ giá lớn nhất để cứu họ thoát khỏi cảnh mất tín

dụng, sự xấu hổ và những áp lực tài chính. Trong thế giới cầm cố, bạn không phải làm việc với các luật sư bất động sản và cầm cố, những người không có chút tình cảm nào trong việc chuyển giao bất cứ cái gì. Họ chỉ quan tâm đến một điều duy nhất, đó là kiếm được càng nhiều tiền càng tốt. Trách nhiệm của họ là trả tiền lãi suất cầm cố và chuyển quyền sở hữu tài sản đó cho người chủ mới.

Bước đầu tiên là tìm kiếm các thông báo nợ - NOD tại toà án của hạt. Thông báo này sẽ được chuyển cho chủ sở hữu của các tài sản thế chấp đang chờ thanh lý. Lúc này, người chủ sở hữu chỉ còn một vài tuần để lấy lại tài sản hoặc sẽ mất quyền sở hữu tài sản đó. Qua việc điều tra các bản thông báo nợ, bạn sẽ tìm được những người chủ sở hữu sẵn lòng đàm phán trước khi những kẻ cạnh tranh với bạn vào cuộc tại phiên toà. Bạn không thể chờ đợi lâu vì thời gian từ ngày ra thông báo nợ tới hạn cuối cùng là rất ngắn.

Bước thứ hai là nhanh chóng sắp xếp một cuộc hẹn với người chủ sở hữu. Bạn cần biết liệu anh ta có sẵn sàng đàm phán để chuyển giao quyền sở hữu và tránh được cảnh bị tịch biên tài sản, bảo vệ được tài khoản ở ngân hàng và có tiền bỏ túi hay không.

Tuy nhiên, bạn cũng phải đối diện với rất nhiều vấn đề mang tính tâm lý của người chủ sở hữu. Anh ta có thể phủ nhận rằng mình đang gặp rắc rối; tức giận vì cho là bạn đang cố gắng kiếm lời từ những khó khăn tài chính của anh ta; hy vọng hão huyền rằng bạn sẽ cho anh ta vay tiền để thuê hay mua lại ngôi nhà. Hãy nhanh chóng học cách giải quyết những vấn đề đó - làm việc chỉ mang tính chuyên môn thuần tuý, luôn có thái độ nhã nhặn khi đưa ra lời đề nghị giúp đỡ người chủ sở hữu thoát khỏi tình cảnh khó khăn.

Mục đích của bạn là chuyển tên của anh ta thành tên bạn trên giấy tờ sở hữu, ngăn chặn việc tịch biên tài sản. Bạn hãy mang thông báo nợ mới nhất tới công ty cầm cố tài sản và trả các khoản lãi cũng như thanh toán các khoản thuế có liên quan tới tài sản.

Bước thứ ba là chuẩn bị thật kỹ trước khi tiếp cận với người chủ sở hữu của tài sản thế chấp đang chờ thanh lý bằng cách thực hiện các việc sau:

- Thu thập tiền (tiền mặt hoặc văn tự cầm cố)

- Xem xét lại khoản tiền đó
- Tìm kiếm một người khảo sát nhà đất đáng tin cậy để tính toán khoản tiền bạn phải chi trả cho việc sửa sang ngôi nhà
- Tìm kiếm những nhà thầu khoán sẵn sàng và có thể mua lại ngôi nhà đó trong vòng vài ngày
- Tìm kiếm một người được uỷ quyền để thay bạn hoàn thành các thủ tục pháp lý và ký kết hợp đồng mua bán

Bạn muốn kiếm tiền nhờ những người bán đang trong cảnh túng quẫn nhưng tính toán được số lượng thích hợp quả là một thử thách. Trước tiên, bạn phải tính được giá trị khoản nợ theo giá hiện thời là bao nhiêu. Khi tính toán về khả năng thành công của vụ làm ăn, bạn cần xác định được giá trị của ngôi nhà đó trong thị trường cân bằng (sau khi nó đã được sửa sang), chi phí để mua ngôi nhà (chi phí ký kết hợp đồng, chi phí cho các cuộc hẹn, vv...), chi phí sửa chữa, chi phí quảng cáo và sau cùng là lợi nhuận bạn thu được.

Mục tiêu của bạn là thu được lợi nhuận tương đương với 15% đến 25% giá bán của ngôi nhà, nếu không thì vụ làm ăn của bạn chẳng có giá trị gì cả. Là một người chuyên đầu tư vào các tài sản thế chấp chờ thanh lý, bạn muốn có đường biên lợi nhuận lớn, sao cho sau khi bạn mua ngôi nhà, một khiếm khuyết nào đó của ngôi nhà mà bạn chưa phát hiện ra không ngốn mất số lợi nhuận mà bạn có thể thu được.

15. Hãy sáng suốt chọn lựa một nhân viên bất động sản

RICH CASTO

Rich Casto là người sáng lập Công ty bất động sản Real Estate Coaches và là người phụ trách chuyên trang của thời báo Bất động sản, tạp chí Broker Agent, tờ FrogPond và tờ Tin tức Broker Agent.

Lời khuyên xác đáng nhất về bất động sản mà tôi từng được nghe là hãy sáng suốt lựa chọn cho mình một nhân viên bất động sản tài năng. Nên nhớ, chỉ làm marketing và quảng cáo thôi thì chưa đủ khả năng giúp bạn bán nhà.

Khi bạn nhận thấy đã đến thời điểm thích hợp để rao bán ngôi nhà của mình trên thị trường, dù động cơ của bạn có là gì đi nữa thì yếu tố tiên quyết vẫn là: Bạn phải tìm được một nhân viên bất động sản có tài. Vậy bạn lấy tiêu chí gì để đánh giá? Với những nhân viên đòi từ 7% tiền hoa hồng trở lên thì việc lựa chọn này sẽ là một quyết định quan trọng. Bạn muốn một nhân viên có thể giúp bán ngôi nhà của bạn với mức giá cao nhất và trong thời gian ngắn nhất mà bạn không phải lo lắng gì nhiều.

Dưới đây là những tiêu chí để đánh giá một nhân viên bất động sản:

1. Kiến thức về thị trường. Nhân viên bất động sản này sẽ cùng bạn bảo vệ tài sản lớn nhất, đó là ngôi nhà của bạn. Vậy anh ta am hiểu về thị trường đến đâu? Hãy thử hỏi anh ta xem tỷ lệ lãi suất sẽ thay đổi như thế nào trong vòng 6 đến 12 tháng tới? Dạo này cung của thị trường nhà đất ra sao và sắp tới có thể có những thay đổi gì? Một nhân viên bất động sản hiểu biết sẽ không gặp khó khăn gì trong việc trình bày những quan điểm của anh ta về vấn đề này cũng như đưa ra những dự đoán về thị trường bất động sản trong thời gian tới.

2. Kỹ năng thương lượng. Phần lớn các nhân viên đều thiếu kỹ năng này. Hãy yêu cầu những nhân viên có triển vọng trình bày thật

chi tiết chiến lược anh ta sẽ dùng để đảm bảo thương lượng thành công và bán được nhà với giá cao nhất có thể: từ bước chào giá, đối tác trả giá đến bước thương thuyết, rồi đi đến chấp thuận, chốt hợp đồng. Hãy chuẩn bị tinh thần nếu bạn phải gặp những cái nhìn trừng trừng vô cảm của họ. Có thể họ chưa được huấn luyện kỹ lắm. Nhân viên bất động sản của bạn cần phải ý thức được tầm quan trọng của việc đàm phán với đại diện của bên mua, bởi vì khách hàng là thượng đế. Thương thuyết không phải chỉ làm cho có mà nhằm giúp đôi bên cùng có lợi. Những nhà thương lượng có kinh nghiệm phải cung cấp cho bên mua các bằng chứng cho thấy mức giá mà họ mua hiện nay là mức giá hời. Tìm được một nhân viên bất động sản biết lập kế hoạch thương lượng hẳn là rất khó song chắc chắn sẽ bõ công mà bạn bỏ ra.

3. Chiến lược đặt giá. Có hàng tá các nhân viên không biết định ra một mức giá phù hợp. Vấn đề không phải là ngôi nhà được bán cho ai, mà là giá bán của nó so với các ngôi nhà khác như thế nào. Hãy nhớ rằng, thời điểm bạn mua ngôi nhà hiện tại của mình, bạn không so sánh nó với các ngôi nhà đã được bán trước và những ngôi nhà không được rao bán trên thị trường lúc đó. Thay vào đó, bạn xem xét tất cả các ngôi nhà đang được rao bán, có mức giá phù hợp với túi tiền của bạn và đưa ra quyết định. Vì vậy, trong chiến lược đặt giá của nhân viên phải tính đến việc người mua sẽ so sánh ngôi nhà của bạn với các ngôi nhà khác; tất nhiên cũng phải dựa vào cả độ mới của ngôi nhà nữa, vì đó là một yếu tố hấp dẫn khách hàng. Nhân viên nào không lưu ý đến yếu tố này khi phân tích thị trường nhất định sẽ bỏ sót một trong những yếu tố cạnh tranh quan trọng nhất.

4. Nâng cấp nhà. Nhân viên bất động sản phải có khả năng sắp xếp, bố trí lại ngôi nhà của bạn sao cho nó thật sự hoàn hảo về mọi mặt mà bạn không phải chi thêm một khoản tiền nào. Nếu không làm được như vậy thì ít nhất, anh ta cũng nên có tập hồ sơ "Property Stager" để cho bạn xem những bức ảnh chụp ngôi nhà "trước" và "sau" khi sắp xếp, thay đổi nội thất. Trong cuộc thương thuyết, khi người mua cũng đang cố gắng thuyết phục bạn mức giá mà họ cho là phù hợp nhất thì có thể, "con bài" nâng cấp sửa sang nhà cửa sẽ là một yếu tố quan trọng khiến người mua phải suy nghĩ lại.

Hình thức cung cấp một loạt dữ liệu sẽ giúp ích nhiều cho việc marketing. Bạn còn nhớ khi bạn mua nhà không? Bạn xem xét hầu như tất cả những ngôi nhà trong tầm tiền của bạn và lựa chọn cái có giá trị nhất. Khi nào thì quảng cáo tài sản trở nên có ích? Những nhân

viên cố gắng giành được sự ưu ái của bạn với “kế hoạch marketing” của họ thực ra không hiểu đâu là yếu tố quan trọng nhất giúp bán được tài sản với mức giá cao nhất.

16. 5 nguyên tắc cơ bản để gặt hái thành công

PHOEBE CHONGCHUA

Phoebe Chongchua là một tác giả chuyên viết về bất động sản, đồng thời là nhân viên kinh doanh bất động sản của tập đoàn Guitinan. Ngoài ra, ông còn là phát thanh viên kỳ cựu của đài truyền hình San Diego, bang California.

Là một người chuyên viết về bất động sản, một nhân viên bất động sản được cấp phép hoạt động và một phát thanh viên truyền hình, tôi đã phỏng vấn hàng nghìn người. Tôi hỏi họ các thông tin chi tiết về bất động sản và hỏi họ những kinh nghiệm để thành công trong lĩnh vực này. Và tôi đã rút ra năm nguyên tắc thiết yếu để thành công. Đó là:

1. Tham gia vào sân chơi bất động sản. Theo tạp chí Forbes, năm 2006, trên thế giới có khoảng 800 tỉ phú. Trong số đó, hơn 60 tỉ phú đã làm giàu, hoàn toàn hoặc một phần nhờ vào kinh doanh bất động sản. Nếu bạn muốn có một cơ hội để trở nên giàu có, bạn phải tham gia vào cuộc chơi.

2. Mua và giữ lại. Điều này hoàn toàn trái ngược với những gì chúng ta được thấy trong một vài thị trường trên khắp nước Mỹ. Những kẻ đầu cơ xem xét thị trường và mua các loại hàng hoá với mục đích tung ra bán đúng thời điểm để thu một món lợi khổng lồ. Đôi khi, vài kẻ kinh doanh bất động sản vẫn làm như vậy nhưng nó khá mạo hiểm, vì trong kinh doanh bất động sản, bạn không thể trở nên giàu có chỉ sau một đêm. Trong lĩnh vực kinh doanh này, bằng cách mua, giữ lại và chờ thời cơ để bán, bạn sẽ thu được lợi nhuận lớn hơn về lâu, về dài.

3. Đừng bao giờ bán mà hãy sử dụng hệ thống 1031. Tôi đã nói chuyện với rất nhiều nhà môi giới và họ khẳng định rằng, khi bạn muốn dừng việc đầu tư hay không muốn sở hữu một tài sản thương mại nào đó, cách tốt nhất là bán nó đi. Sử dụng hệ thống trao đổi 1031

để tránh nộp thuế, không những giúp bạn tiết kiệm tiền mà thông qua nó, bạn còn có thể mua những tài sản khác nếu muốn.

4. Dự trữ tiền mặt sẽ làm hạn chế chu kỳ quay vòng tiền tệ. Tất nhiên, sẽ thật hoàn hảo nếu bạn vừa có tiền mặt dự trữ vừa có tiền để quay vòng kinh doanh. Nhưng luật sư, đồng thời là tác giả chuyên viết về lĩnh vực bất động sản, William Bronchick, đã nói với tôi rằng: Dự trữ tiền mặt sẽ làm hạn chế chu kỳ quay vòng tiền mặt. Tại sao? Ví dụ như bạn có một tài sản có chu kỳ quay vòng tiền tệ là 400 đô la, khoản vay thế chấp hàng tháng của bạn là 1.500 đô la và bạn không có hoặc có rất ít tiền mặt dự trữ. Một kỳ nghỉ kéo dài một tháng sẽ ngốn của bạn ít nhất lợi nhuận của ba tháng. Nếu trong thời gian đó, bạn phải chi trả một khoản tiền lớn để sửa chữa cái gì đó, bạn sẽ nhanh chóng bị khánh kiệt. Nhưng cũng như trong bất kì ngành kinh doanh nào, lượng tiền mặt dự trữ sẽ giúp bạn vượt qua các thời kì khó khăn. Ngay cả khi dòng lưu chuyển tiền tệ của bạn là âm 100 đô la, nếu có 20 nghìn đô la trong ngân hàng thì bạn vẫn đủ khả năng đối mặt với thời kì khó khăn nhất. Điều quan trọng là phải có tiền dự trữ để duy trì tài sản. Trong một thị trường ít biến động, nếu bạn có tiền mặt dự trữ trong khi dòng lưu chuyển tiền tệ của bạn âm thì cuối cùng, bạn vẫn có thể giải quyết công việc suôn sẻ.

5. Nhiệt huyết nhưng đừng quá bốc đồng! Khi nhiệt tình hơn mức cần thiết, chúng ta hay quên hỏi một vài vấn đề quan trọng. Đôi khi sự thận trọng bị những cảm xúc bột phát lấn át khiến cho một vài thứ trở nên quan trọng quá mức. Trong kinh doanh bất động sản, dù bạn đang mua ngôi nhà đầu tiên hay ngôi nhà thứ một trăm, thì sự nhiệt tình và sốt sắng với vụ làm ăn sẽ không mang lại lợi ích cho bạn. Nhưng nếu bạn nhiệt tình thái quá, bạn sẽ không thấy hết được tất cả các mặt thuận lợi và bất lợi của ngôi nhà đó. Ví dụ như khi có nhiều người cùng muốn mua một ngôi nhà, một cuộc chiến đấu về giá cả sẽ xảy ra. Cuối cùng, những người quá nhiệt tình và sốt sắng giành mua ngôi nhà đó sẽ nhận thấy mình đã phải trả cái giá cao hơn rất nhiều so với những gì mình đã mặc cả trước đó.

17. Hãy xem ti vi

FRANK COOK

Frank Cook là người chuyên viết về bất động sản. Các cuốn sách bán chạy nhất của ông bao gồm: "21 điều tôi ước gì người môi giới đã nói với tôi", "Bạn sẽ không mua ngôi nhà này đúng không?", và "21 điều những người khảo sát nhà đất nên biết".

Lời khuyên tốt nhất tôi từng nhận được là từ một người mua, đồng thời là nhà môi giới - Jim Warkinton, ở Bắc Virginia. Ông ta nói với tôi rằng nếu tôi muốn kinh doanh bất động sản thành công, tôi nên xem ti vi.

Theo ông, tín hiệu cho thấy thị trường đầu cơ bắt đầu thay đổi là khi các nhân viên bất động sản xuất hiện trên truyền hình và nói về chủ điểm: thời điểm này đầu tư vào loại bất động sản nào là tốt nhất.

Warkinton nói: “Khi các nhân viên bất động sản bắt đầu bán nhà với ý nghĩa là một sự đầu tư chứ không đơn thuần là mua bán một ngôi nhà để ở, bạn biết rằng, thị trường sắp có những biến đổi lớn.”

Theo các nhân viên bất động sản, những người đầu tư khôn ngoan và các chuyên gia bất động sản biết cách điều phối thị trường, trong khi những nhân viên bất động sản không chuyên không thể biết. Ông coi đó là “khu rừng của những cây hội chứng”. Khi các nhân viên bất động sản càng tiếp cận với thị trường và càng trở nên bận rộn thì họ càng có nguy cơ bị lỡ nhịp thị trường, vì họ chính là một phần của nhịp điệu đó.

Khi họ nhận ra mình có thể làm tăng lợi nhuận lên gấp đôi, lúc đó cũng quá muộn để họ có thể tham gia vào thị trường, vì họ đang ở tận cuối cuộc đua. Trên thực tế, khi những nhân viên bất động sản không chuyên tìm thấy một manh mối nào đó, thị trường có thể đã lên tới cực điểm. Nói cách khác, các nhân viên bất động sản chỉ nhảy vào cuộc trước khi nó vỡ bung ra và người ta bắt đầu quảng cáo những ngôi nhà là “sự đầu tư tuyệt vời”.

Tuy nhiên, bạn tôi cũng lưu ý rằng, thực ra, hầu hết những đợt "khủng hoảng" nhà đất cũng chính là những đợt suy giảm thị trường. Giá trị thị trường không thực sự giảm sút như biểu hiện bên ngoài là giá của chúng ngừng tăng. (Tất nhiên, cũng có những ngoại lệ, như việc một nhà máy lớn tại địa phương đột nhiên ngừng sản xuất, giá trị có thể giảm.)

Trong hầu hết các thị trường, khi hiện tượng suy giảm, xảy ra viễn cảnh tồi tệ nhất là tài sản trượt giá từ 5% đến 10% giá trị của nó. Nhưng thông thường, giai đoạn này không kéo dài quá 18 tháng hay 2 năm trước khi thị trường lấy lại xu hướng tăng. Lại một lần nữa chúng ta phải nhắc đến các trường hợp ngoại lệ. Ví dụ như vào thời kì đầu và giữa những năm 1980, ở California xảy ra một cuộc khủng hoảng kéo dài khoảng năm năm. Trong thời gian đó, có quá nhiều toà nhà được xây dựng và hiện tượng đầu cơ tích trữ tràn lan là nguyên nhân dẫn tới vỡ nợ hàng loạt.

Nhìn chung, lời khuyên này đã vượt qua sự kiểm nghiệm của thời gian. Cho tới tận giữa năm 2005, các nhân viên bất động sản và các phương tiện truyền thông chính mới bắt đầu quan tâm tới bất động sản, thổi phồng mọi chuyện và nói nói đi nói lại về việc một người lái xe tải, trong bữa tiệc cocktail, nói khoác rằng anh ta kiếm được 50.000 đô la trong vòng 3 tháng nhờ kinh doanh bất động sản, mặc dù trước đó, trên báo chí đã xuất hiện rất nhiều những câu chuyện về sự phát triển của thị trường nhà ở trong suốt những năm qua.

Chẳng cần tới năm tháng sau, bạn sẽ nghe thấy thông tin thị trường nhà đất bắt đầu dịu lại.

18. Làm việc với những gì mình có

BARBARA CORCORAN

Barbara Cororan là người sáng lập công ty The Corcoran Group - công ty bất động sản hàng đầu tại New York. Bà còn là tác giả của các cuốn sách: "Sử dụng những gì bạn có", "Những bài học kinh doanh khác tôi học được từ mẹ", "Nếu bạn không có bộ ngực lớn, hãy thắt ruy băng lên bím tóc"

(Trích từ cuốn "Nếu bạn không có bộ ngực lớn, hãy thắt ruy băng lên bím tóc" của Barbara Corconan, nhà xuất bản Penguin Group. Sử dụng với sự cho phép của Barbara Corcoran.)

Câu chuyện về việc kinh doanh triệu đô của tôi bắt đầu như thế này: Tôi vay bạn tôi một nghìn đô la. Thực ra, không phải tôi vay mà là anh ấy đưa cho tôi. Và anh ấy không chỉ là một người bạn mà còn là bạn trai của tôi. Khi tôi chuyển tới căn hộ đầu tiên của mình tại đường 86 Tây với hai người bạn cùng phòng nữa, tôi có một nghìn đô la để mở một công ty bất động sản.

Điều đó có vẻ quá đơn giản. Dường như chẳng có gì là viển vông! Trong một ngày, tôi có thể cho thuê hai, thậm chí là ba căn hộ và cứ chủ nhật thứ hai hàng tháng, chúng tôi lại có một khoản lợi nhuận nhất định. Tôi nói với đồng sự, cũng chính bạn trai tôi - Ramóne Simóne rằng: "Phần còn lại sẽ là lợi nhuận." "Và chúng ta sẽ chia đều khoản lợi đó." - anh ấy nói với tôi như vậy. Và cũng gần như là chúng tôi chia đều khoản lợi đó: 49% cho tôi và 51% cho anh ấy. Anh giải thích với tôi rằng, sau cùng thì anh mới chính là người mạo hiểm với tiền của mình.

Lần đầu tiên Ramóne bước vào quán Fort Lee Diner, tôi đang lau dọn quầy thu tiền của quán. Đó là một tối yên tĩnh. Trong quán chỉ có vài khách hàng đang ăn tối, một vài người phục vụ và Gloria. Tất cả chỉ có vậy. À không, Gloria còn có hai cô bạn tròn trịa, dễ thương nữa. Gloria có hình dáng rất giống với Dolly Parton với mái tóc bạch kim uốn thành từng lọn mềm mại và ngọt ngào. Cô có bộ ngực thật đặc biệt. Nó có sức mạnh cuốn hút những người đàn ông trên phố, khiến

họ phải bước vào quán, ngay cả khi họ không hề đói chút nào. Cô có khả năng mang cùng một lúc sáu tách cà phê trên bộ ngực đó mà không bao giờ làm rớt một giọt cà phê.

Gloria và cặp đôi sôi nổi của mình đã khiến quán Fort Lee Diner trở nên nổi tiếng. Việc xem chị em sinh đôi nhún nhảy quanh quán trong khi ăn tối đã trở thành một thói quen lý thú với các thực khách tại quán Fort Lee Diner. Tôi xem họ làm việc trong khi lau dọn cái bàn phoóc mi ca ở trước mặt, cố gắng cảm thấy mình đang rất bận rộn. Cánh cửa hai lớp bằng nhôm ở phía cuối căn phòng mở ra và định mệnh của tôi bước vào. Tôi biết rằng trước khi tôi nhìn lên thì anh ấy đã ở đó rồi. Với nước da sậm màu và mái tóc đen huyền, trông anh không giống với những khách hàng là dân lao động thường tới quán. Trong bộ quần áo phi công màu xanh, trông anh thật khác lạ. Chắc anh tới từ một miền đất xa xôi nào đó, hoặc chí ít thì cũng là ở bên kia sông - tôi nghĩ thầm.

Anh gọi một tách trà và trong khi tôi chạy ra, chạy vào, va vào cánh cửa nhà bếp, anh ngồi nhấm nháp tách trà, dường như không cử động và chỉ nhìn tôi làm việc... Ramóne nói với tôi rằng anh tới từ "Basque Country". Tôi không biết liệu Basque có phải là một thị trấn ở New Jersey hay không và tôi đoán rằng, vẻ mặt tôi khi đó đã tự tố cáo tôi. Anh nói với tôi, nó không ở Tây Ban Nha. "Basque Country" là một tổ chức hành chính cao hơn của xã hội Pháp - Tây Ban Nha.

Anh đặt 65 xu lên bàn tính tiền và đề nghị được đưa tôi về nhà. Tôi chẳng cần suy nghĩ nhiều trước hai sự lựa chọn: một là đi bộ qua 5 toà nhà để đến điểm đỗ chuyến xe buýt số 8 ở đại lộ Lomoine và hai là được anh chàng tới từ Basque Country đưa về nhà. Tôi trả lời rất nhanh chóng: "Tôi nghỉ làm lúc 10 giờ."

Sau ca làm việc, tôi chạy hai bậc một xuống cầu thang dẫn lên phòng ăn tối. Ramóne đậu xe ở phía cuối. Anh lái chiếc xe hiệu Lincoln Continental màu vàng, giống màu hoa của cây mao lương, loại có phần sau gồ lên như cái bướu. Tôi mở cửa xe và chui vào chiếc xe khác lạ nhất so với những chiếc xe tôi từng đi. Ghế ngồi êm như bột phấn rôm trẻ em dưới tay tôi và có vẻ như chúng rất đắt tiền. Nó khác xa với những cái ghế cứng trên chiếc xe màu xanh của bố... Gia đình tôi rất ghét Ray , đặc biệt là mẹ tôi. Điều này khác hẳn với vẻ hiếu khách hàng ngày của bà. Bà muốn hiệp sĩ Bóng đêm phải biến ra khỏi nhà càng nhanh càng tốt. "Anh ta quá già so với con", đó là tất cả

những gì mẹ tôi nói sau khi Ray bước ra khỏi nhà tôi. Còn những điều mà bà không nói ra với tôi thì đang gào thét một cách ồn ào trong sự im lặng.

Hàng đêm, Ray đợi tôi ngoài phòng ăn tối của cửa hàng và chở tôi về nhà. Tôi đoán rằng bạn có thể nghĩ chúng tôi đang hẹn hò với nhau, mặc dù bản thân tôi không cho rằng đó là những cuộc hẹn. Anh nói với tôi anh là một nhà phát triển bất động sản cỡ lớn và trừ căn nhà của tôi ra, tất cả các ngôi nhà ở New Jersey đều do anh xây dựng. Tôi cũng biết rằng anh hơn tôi 15 tuổi, đã ly dị và có 3 con gái. Với tôi, đó là tất cả những gì liên quan tới một mưu đồ.

Một vài tháng sau, Ray nói rằng một cô gái thông minh như tôi cần được sống ở một thành phố lớn. Và để giúp tôi bắt đầu, anh đề nghị sẽ trả một tuần tiền phòng ở khách sạn Barbizon giúp tôi. Để không bị mẹ làm mất tinh thần, tôi chấp nhận ngay lời đề nghị của anh và gói ghém một ít đồ đạc của mình...

Ray đưa cho tôi một ít tiền để tôi đi mua một bộ quần áo "thật New York". Tôi mua một bộ màu đỏ tía. Tôi bước ra khỏi cửa hiệu Bloomingdale's, đỏ tía từ trên xuống dưới. Tôi đi ngược lên phía đại lộ Lexington, vừa đi vừa hát: "Này em, cô gái miền Georgy, đang nhún nhảy bước đi trên đường, vô tư không suy nghĩ... "Tôi biết trông tôi rất ổn và tôi chỉ cần có hai thứ nữa để ở lại New York: một công việc và một căn hộ.

Sáng hôm sau, tôi diện bộ quần áo màu đỏ tía đi phỏng vấn. Tôi muốn xin vào làm lễ tân ở công ty Giffuni Brothers tại toà nhà 81 và 83. Thelma, người phỏng vấn tôi, nói với tôi rằng anh em nhà Giffuni là hai chủ đất giàu có. Hai người này sở hữu hàng chục lô nhà tại Manhattan và Brooklyn. Cô nói công việc chính của tôi là chào tất cả các khách hàng gọi điện tới công ty bằng một câu duy nhất: "Xin chào! Đây là công ty Giffuni Brother."

Đến cuối ngày hôm đó, tôi đã được nhận vào làm tại vị trí lễ tân và tới cuối tuần, tôi đăng tin quảng cáo trên Village Voice để kiếm một căn hộ cách văn phòng làm việc khoảng 3 dãy nhà và tìm thêm hai bạn nữ ở cùng để chia tiền thuê phòng. Tôi rời khách sạn Barbizone.

Công việc tại Giffuni Brothers giúp tôi làm quen với kinh doanh

bất động sản ở Manhattan. Tôi mặc bộ quần áo màu đỏ tía tám ngày trong tuần và có lẽ, một ngày tôi phải nói tới tám trăm lần câu: "Xin chào! Đây là công ty Giffuni Brothers". Sau vài tháng làm việc tại Giffuni Brothers, tôi háo hức trình bày với Ray một kế hoạch kinh doanh "không hề hão huyền" để cứ Chủ nhật, thứ Hai hàng tháng lại kiếm được một khoản lợi nhất định. Và anh đưa cho tôi 1.000 đô la để bắt đầu xây dựng công ty bất động sản của mình. Chúng tôi trở thành bạn làm ăn và đặt tên công ty là Corcoran - Simone. Ông chủ cũ của tôi, Joseph Giffuni, nói rằng nếu tôi có thể tìm người tới thuê các căn hộ của ông, ông sẽ trả cho tôi khoản hoa hồng bằng toàn bộ tiền thuê của một tháng. Ông cho tôi xem danh sách nhà cho thuê và tôi chọn cho mình căn hộ 3K, căn hộ rẻ nhất chỉ có 1 phòng ngủ.

Tôi tạm dùng chiếc ghế sô pha mà cô bạn cùng phòng mượn của bố mẹ để làm văn phòng của công ty Corcoran - Simone. Chiếc điện thoại Princess màu hồng mới được lắp đặt, nằm câm lặng trên chiếc bàn gỗ gụ hai tầng trong khi tôi lờ đờ đưa mắt liếc mục phân loại của tờ New York Times. Theo tính toán của tôi, có tất cả 1.246 căn hộ có 1 phòng ngủ được quảng cáo cho thuê. Các mục quảng cáo đó dài năm đến sáu dòng và giá cho thuê của các căn hộ đều nằm trong khoảng từ 320 đến 380 đô la một tháng. Tôi chú ý tới các quảng cáo nghe có vẻ hấp dẫn nhất với những dòng tít lớn hơn, đậm hơn, ví dụ như: "FABULOUS 3!", "RIV VU 1 BR", "TRIPLE MINT?" và theo sau là hàng loạt những ưu thế được liệt kê.

Tôi tính toán các con số trên cuốn sổ viết tốc ký và nhận ra rằng, những quảng cáo lớn đó vượt quá ngân quỹ của mình. Tôi quyết định chỉ đăng quảng cáo của mình với độ dài ít hơn 4 dòng để khoản tiền 1.000 đô la của Ray có thể chi tiêu trong vòng 1 tháng. Nhưng làm thế nào - để mục quảng cáo nhỏ bé của tôi thật nổi bật giữa hàng loạt những quảng cáo khổng lồ, bắt mắt kia, và làm thế nào tôi có thể thu hút sự chú ý của bạn đọc - tôi tự hỏi mình như vậy.

Tôi vươn vai, không nhìn vào tờ báo nữa và nghĩ về những ngày còn làm ở quán Fort Lee Diner. A, Gloria! Bây giờ thì cô ấy chính là mánh lới để quảng cáo. Ngày đầu tiên làm việc ở quán, tôi đã nhận thấy Gloria có một tài sản mà tôi chẳng bao giờ có được. Tối hôm đó, tôi về nhà và quấy rầy mẹ với câu chuyện của mình: "Mẹ ơi, khi tụi con không bận việc thì quầy tính tiền của con gần như vắng tanh. Ngay cả khi quầy của Gloria đã đông nghẹt người, các chàng trai vẫn cứ yêu cầu được ngồi với Gloria chứ không phải con."

“Barbara Ann, con có cá tính rất tuyệt vời” - mẹ tôi nói trong khi vừa cắp em Florence bên hông, vừa phơi tấm khăn trải giường lên dây phơi. “Con phải học cách sử dụng những gì mình có. Khi con không có bộ ngực lớn, tại sao con không buộc thêm những dải ruy băng lên bím tóc và cư xử ngọt ngào như con vẫn thường làm hàng ngày?”

Và đó chính là những gì mà Ray tìm thấy ở tôi hai năm sau: thắt dây ruy băng trên tóc, một sự độc đáo, hấp dẫn bên cạnh quả bom tóc vàng, eo nhỏ, ngực lớn tại quán Fort Lee. Tôi coi như mình đã chiến thắng khi một người khách hàng bước vào quán và yêu cầu được ngồi với “Bím tóc”. Mẹo nhỏ đó đã kéo họ tới quầy của tôi và cách nói chuyện ngọt ngào của tôi khiến họ muốn quay trở lại.

Ngồi một mình trong phòng với tờ New York Times trải rộng trên đùi, tôi nghĩ về lời khuyên của mẹ trong việc cạnh tranh với Gloria và tôi biết, tôi cần một cái gì đó để thu hút sự chú ý vào căn hộ 3K. Tôi tự hỏi bản thân mình: Làm thế nào để “thắt một dải ruy băng” cho căn hộ chỉ có 1 phòng ngủ trong phạm vi ít hơn 4 dòng quảng cáo và làm thế nào cho nó trở nên thật khác biệt so với 1.246 căn hộ khác cũng được đăng quảng cáo?

Tôi hít một hơi thật sâu và nhấc chiếc điện thoại Princess màu hồng lên. “Chào ông Giffuni. Tôi đã suy nghĩ về căn hộ có 1 phòng ngủ trên tầng 3 của ông và tôi nghĩ, tôi có cách để cho thuê căn hộ đó với giá cao hơn giá cũ là 20 đô la mỗi tháng.” Tôi đã thu hút được sự chú ý của ông. Tôi nói với ông căn hộ 3K giống các căn hộ có 1 phòng ngủ khác trong mọi toà nhà ở thành phố New York như thế nào và tôi thuyết phục ông rằng, nếu xây một bức tường để ngăn phòng khách với góc bếp, ông đã có một cái gì đó thật khác biệt! Ông Giffuni lưỡng lự và suy nghĩ về đề nghị của tôi rồi nói rằng ông sẽ cho xây bức tường đó ngay trong tuần. Tôi gọi điện để đăng tin quảng cáo.

Chủ nhật sau, quảng cáo dài 4 dòng (2 dòng in đậm) đầu tiên của tôi đã xuất hiện trên tờ New York Times:

1 PN + Phòng nhỏ 340 đô la

Barbara Corcoran

212.355.3550

Đó không phải là một quảng cáo lớn như những mẩu quảng cáo khác, nhưng rõ ràng là nó có cái gì đó hơn hẳn. Tại sao một người nào đó lại có thể thuê căn hộ 1 phòng ngủ trong khi cũng với giá như vậy, anh ta có thể thuê được căn hộ có 1 phòng ngủ và 1 phòng nhỏ nữa?

Cũng trong ngày chủ nhật đó, khách hàng bắt đầu gọi điện cho tôi. Và tới ngày thứ hai, tôi đã cho thuê được căn hộ đầu tiên.

Bài học thứ nhất của mẹ: Nếu con không có bộ ngực lớn, hãy thắt ruy băng lên bím tóc. Đó chính là bài học về Sử dụng những gì mình có.

Tôi không có bộ ngực lớn nhưng tôi rất dễ thương, có nụ cười thu hút và có tài ăn nói. Tất cả những gì tôi cần là gợi ý của mẹ để sử dụng chúng như là lợi thế của mình. Đó là bài học đầu tiên của tôi trong kinh doanh.

Mặc dù căn hộ mà tôi đăng quảng cáo chẳng rộng hơn bất cứ căn hộ nào cũng được đăng vào buổi sáng chủ nhật đó nhưng quảng cáo của tôi đã thu hút được sự chú ý vì nó có thêm một thứ, đó là một phòng khác nữa. Quảng cáo “1PN + 1 Phòng nhỏ” của tôi khiến khách hàng tập trung vào điểm: họ sẽ có thêm nhiều lợi ích từ việc có thêm không gian. Và việc có quá nhiều cuộc gọi hỏi về căn hộ đăng quảng cáo của tôi cho tôi đã thấy tiếng vang lớn hơn trong mẹo quảng cáo của mình.

Nghệ thuật bán hàng tốt chính là phát huy tối đa những điểm mạnh và hạn chế đến mức thấp nhất những điểm yếu. Mặc dù trong cuộc cạnh tranh, có những ưu thế mà bạn không có nhưng đó không phải là vấn đề. Điều quan trọng là bạn phải xác định được và sử dụng những gì bản thân mình có.

19. Lời đề nghị đầu tiên thường là lời đề nghị tốt nhất

RICHARD COURTNEY

Richard Courtney - tác giả của cuốn "Người mua là kẻ nói dối và người bán cũng vậy" - là nhà môi giới hàng đầu của công ty Fridrich and Clark Realty's Music Row tại Nashville, Tennessee. Ông là thành viên Ban Giám đốc của Hiệp hội quốc gia những người kinh doanh bất động sản và đã được nhận Giải thưởng của Tổng thống vì những đóng góp của ông trong lĩnh vực lập pháp

Karl Haury, một trong những nhà cải cách trong việc xây dựng chế độ công quản tại Nashville những năm 1960 đã khuyên tôi nên chấp nhận lời đề nghị đầu tiên như thể nó là lời đề nghị cuối cùng. Lý do nghe có vẻ khá nực cười: Lời đề nghị đầu tiên chính là lời đề nghị tốt nhất.

Ban đầu, tôi chẳng tin lời khuyên đó chút nào. Lúc đó tôi còn trẻ, chưa có kinh nghiệm và tự phụ nên tôi và một số khách hàng - những người muốn bán tài sản - tin tưởng rằng vẫn còn rất nhiều những lời đề nghị tốt hơn sau lời đề nghị đầu tiên. Nhiều người bán cảm thấy rằng, nếu chấp nhận bán tài sản ngay lời đề nghị đầu tiên, vẫn còn vô số những người có thể trả giá cao hơn. Tuy nhiên, giá của tài sản không chỉ phụ thuộc vào giá trị của nó mà còn phụ thuộc vào nhu cầu bán của người chủ. Vì vậy, sau một thời gian, rất nhiều người chủ từ chối những lời đề nghị ban đầu sẽ phải gặp lại tôi và hỏi: "Có chuyện quái gì xảy ra với người đề nghị mua cách đây ba tháng vậy?" Lúc đó, tôi buộc phải trả lời rằng: "Họ đã mua ngôi nhà khác, mặc dù họ không thích ngôi nhà đó bằng ngôi nhà của ông. Thật đáng tiếc là chúng ta đã không thực hiện được vụ làm ăn đó."

Người bán cần trân trọng, quan tâm và đánh giá cao lời đề nghị đầu tiên. Hãy thảo một bản thương lượng giá, nhưng nhớ là phải vừa mức, phải chăng. Lời đề nghị được đưa ra trong ngày đầu tiên chào bán ngôi nhà trên thị trường sẽ có giá trị hơn bất cứ lời đề nghị nào sau đó. Có thể sẽ không có một lời đề nghị nào nữa không được đưa

ra, cho đến khi giá của ngôi nhà hạ xuống một mức nào đó. Chấp nhận lời đề nghị đầu tiên, tức là bạn đã đạt được mục tiêu đầu tiên của mình - tìm được một người mua thực sự quan tâm. Và lúc ấy thì hãy bán ngôi nhà đó.

20. Chọn một đối tác tốt

LESTER CROWN

Lester Crown là Chủ tịch của Công ty Henry Crown and Company, một công ty đầu tư có cổ phần tại Maytag, New York Yankees, hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản

Lời khuyên tốt nhất tôi từng được nghe không chỉ đúng trong kinh doanh bất động sản mà còn đúng với bất kỳ loại giao dịch nào khác. Đó là: Bạn không thể có một vụ làm ăn tốt nếu hợp tác với một đối tác tồi.

21. Làm tăng giá trị bất dộng sản của bạn

GIL DEZER

Gil Dezer là thành viên của nhóm phát triển cha con nhà Dezer, Chủ tịch của tập đoàn Khách sạn và nhà ở Đại Dương Trump. Ông là một trong những nhà phát triển bất động sản cao tầng cao cấp của nước Mỹ Rõ ràng là tuổi đời của bạn càng cao, bạn càng có nhiều kinh nghiệm.

Cha tôi đã trải qua nhiều chuyện và ông biết cách xử lý từng tình huống như thế nào. Được ở cạnh ông, tôi có cơ hội học hỏi ông và điều này giúp tôi có kinh nghiệm, nhờ đó có thể truyền đạt lại những lời khuyên mà tôi thấy là cần thiết để tồn tại trong kinh doanh bất động sản. Đó là:

Giữ lấy tài sản của mình. Giữ, giữ và giữ - đừng bán nếu bạn không cần tiền.

Tái đầu tư và nâng cấp đầu tư. Luôn nâng cấp bản kiểm kê tài sản của mình bằng cách mua những cái tốt hơn, sau khi bạn đã bán một tài sản nào đó. Đồng thời hãy sử dụng thu nhập của mình để tái đầu tư thông qua Hệ thống trao đổi 1031.

Kinh doanh đúng đắn. Khi muốn bán được giá cao nhất trên từng foot vuông, chúng ta nhận ra rằng: Tạo dựng một thương hiệu là cách nhanh nhất giúp mang lại sự tín nhiệm và giá trị cho một dự án làm ăn. Vì vậy, để đạt mục tiêu bán được giá cao, chúng tôi tạo ra giá trị cuối cùng bằng cách hợp tác với Donald Trump. Tên tuổi, chuyên môn và phương pháp marketing của ông mang lại cho tôi những lợi ích tức thời khi tôi kinh doanh tại một thị trường hoàn toàn mới lạ. Tất nhiên, trang trí lại ngôi nhà thật đẹp là một điều bắt buộc để đáp ứng những gì khách hàng mong đợi khi xem xét một ngôi nhà được Trump rao bán. Nó cũng giúp người mua cảm nhận được chất lượng công việc của chúng tôi như thế nào và hình dung được căn nhà mới mà họ định mua. Khái niệm tạo dựng thương hiệu trong hoạt động

marketing đã được áp dụng cho nhiều loại sản phẩm khác nhau nhưng vẫn còn chưa được sử dụng nhiều trong kinh doanh bất động sản.

Hãy làm cho ngôi nhà trông thật đẹp. Khách hàng sẽ trả giá cao hơn cho những mặt hàng có nhiều giá trị hơn. Khi bán một ngôi nhà, hãy để nó ở trong tình trạng hoàn hảo nhất, sao cho khách hàng cảm thấy anh ta chẳng phải tu sửa gì nhiều sau khi chốt hợp đồng. Khi mua một ngôi nhà, hãy tìm cách sửa nhà để nhanh chóng che giấu những khiếm khuyết của nó; tất nhiên, trừ khi bạn có một hợp đồng béo bở, chẳng cần phải sửa sang gì nhiều.

Tóm lại, tiền có thể giải quyết được tất cả các vấn đề phức tạp.

22. Chọn một đối tác tin cậy

THOMAS E. DOBROWNSKI

Thomas E. Dobrownski là cựu Giám đốc điều hành hoạt động kinh doanh bất động sản và đầu tư trong ban giám đốc của Công ty General Motors Asset

Cho tới nay, tôi nhận thấy rằng, lời khuyên tốt nhất trong kinh doanh bất động sản mà tôi từng được nghe, lời khuyên đã nhanh chóng được kiểm chứng bởi kinh nghiệm của chính bản thân tôi, đó là: Hãy cẩn thận lựa chọn các đối tác trung thực và chú trọng tới mối quan hệ.

Kinh doanh bất động sản có tính chu kỳ, trong đó có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng tới sự thành công. Vị trí và chất lượng của tài sản bất động sản thường được coi là những yếu tố hàng đầu trong đầu tư nhưng tôi cho rằng: Yếu tố quan trọng nhất chính là lựa chọn đối tác.

Trong suốt 30 năm đầu tư vào bất động sản, tôi có vinh dự được hợp tác với rất nhiều nhân vật nổi tiếng của ngành công nghiệp này. Họ là những nhà xây dựng, nhà phát triển, các chuyên gia tài chính và các doanh nhân tài ba. Bên cạnh những kinh nghiệm cần phải có về một hoặc hai loại bất động sản (văn phòng, đất công nghiệp, nhà cho thuê, nhà cho nhiều gia đình ở, phòng cho thuê, vv...), họ còn có hai điểm rất đáng lưu ý là: lòng trung thực và khả năng nhận thức về giá trị của các mối quan hệ lâu dài. Điều này giúp họ xây dựng được các mối quan hệ làm ăn công bằng, sòng phẳng, nảy sinh nhiều ý tưởng mới và có được những cơ hội hấp dẫn trong kinh doanh.

Công nghiệp bất động sản tại Mĩ cũng như nhiều nước trên thế giới nằm dưới quyền kiểm soát của một số ít người. Những người có nhiều vốn dễ tìm hơn rất nhiều so với những người có nhiều bất động sản mà lại trung thực và biết coi trọng giá trị của các mối quan hệ lâu dài. Lựa chọn đúng đối tác không chỉ nâng cao khả năng thu được nhiều lợi nhuận mà còn giúp cuộc sống trở nên dễ dàng hơn, ngay cả khi mọi thứ không như những gì ta mong muốn. Tôi muốn nhấn mạnh thêm một lần nữa rằng: Đối tác tốt khiến kinh doanh bất động

sản trở nên rất thú vị.

23. Thành công trong kinh doanh bất động sản bắt nguồn từ sự chăm chỉ và những mối liên hệ mua bán trực tiếp

CROSBY DOE

Crosby Doe là thành viên của Mossler & Doe - công ty do ông cùng David Mossler thành lập. Công ty này đại diện cho thân chủ bán các tài sản bất động sản như các ngôi nhà có tính lịch sử và kiến trúc lâu đời, chủ yếu là ở Nam California

Ông chủ đầu tiên của tôi - người đàn ông có tên là Larry O'Rourke - đã cho tôi lời khuyên tốt nhất trong kinh doanh bất động sản. Khi đó, tức là vào năm 1973, tôi tròn 26 tuổi. Ông nói với tôi rằng, với những người kinh doanh, thành công trong kinh doanh bất động sản thể hiện ở những con số. Bạn đã gọi điện cho bao nhiêu người? Bạn đã bán được bao nhiêu nhà? Bạn đã tới thăm bao nhiêu khách hàng? Thành công không phải từ trên trời rơi xuống. Nó bắt nguồn từ làm việc chăm chỉ và những mối liên hệ mua bán trực tiếp.

Tôi sẽ đưa ra đây một ví dụ. Tôi xác định được 1.000 căn nhà có giá trị về lịch sử và kiến trúc. Tôi liên lạc với chủ sở hữu của các căn nhà đó. Nếu cứ sau khoảng 10 năm lại có một người chuyển nhà thì trung bình mỗi năm sẽ có 100 "ngôi nhà đáng quan tâm" được rao bán trên thị trường và tôi chính là người đại diện để bán những ngôi nhà đó. Kể từ đó, mọi việc đều trở nên dễ dàng.

Năm 1976, tôi gia nhập Bob Crane & Associates (Bob Crane và các Hiệp Hội). Crane đã đồng ý để tôi thành lập ban kiến trúc trong công ty của ông. Đó là ban đầu tiên chuyên phụ trách các vấn đề liên quan tới các tài sản có tính lịch sử trong kinh doanh bất động sản. Sau 9 tháng, mọi công việc của chúng tôi đều tiến triển tốt nhưng mối quan ngại của Crane là ông không thể kiếm sống nếu chỉ bán mỗi "kiến

trúc" thôi . Ông không tin rằng có đủ số kiến trúc sư tài giỏi cần thiết để biến việc kinh doanh các ngôi nhà có kiến trúc đẹp, độc đáo thành một sự nghiệp lẫy lừng. Điều đó thúc đẩy tôi nỗ lực chứng minh rằng ông đã sai. Và bây giờ, tôi có hàng nghìn ngôi nhà quan trọng, trong đó có hàng chục ngôi nhà có chú trọng về kiến trúc tại Los Angeles.

Tuy đã có công ty riêng nhưng niềm đam mê hàng đầu của tôi vẫn là kinh doanh bất động sản.

24. Tiếp cận lĩnh vực kinh doanh bất động sản với phương châm giao dịch vô tư và trung thực

MARC ELLMAN

Marc Ellman là Chủ tịch của Công ty tư vấn bất động sản Ellaman - công ty chuyên đại diện cho những người sở hữu đất và có văn phòng cho thuê tại Manhattan

Bất động sản là một lĩnh vực kinh doanh rất phức tạp và sôi động. Điều góp phần làm cho sự thành công trong lĩnh vực kinh doanh này luôn thay đổi, tuỳ theo vai trò của bạn trong đó - bạn là nhà đầu tư hay người môi giới.

Với tư cách là người đầu tư, bên cạnh việc luôn coi trọng yếu tố vị trí, vị trí và vị trí, lợi nhuận còn phụ thuộc vào việc bạn có xác định đúng thời điểm đầu tư hay không, vốn có nhiều không, đồng thời bạn cần phải có các mối quan hệ tài chính thật vững. Thị trường luôn có tính tuần hoàn. Người đầu tư có thể kiếm tiền là người có khả năng vượt qua những sóng gió của thị trường. Khi bạn tìm và mua được những ngôi nhà giá rẻ thì thật là tuyệt, giống như trong thị trường cân bằng vậy. Nhưng khi nhà đầu tư mua một ngôi nhà ở mức giá rất cao và có khả năng giữ ngôi nhà đó mà không bán, ông ta hay bà ta sẽ có cơ hội được thấy giá thị trường suy giảm như thế nào, bắt đầu cao trở lại rồi tăng vượt qua mức giá mà họ đã trả để mua ngôi nhà đó ra sao. Và cuối cùng tự bản thân nó cũng cho thấy đó là một sự đầu tư đúng đắn. Điểm mấu chốt ở đây là: Đó có thể là một cuộc chơi mà bạn phải biết chờ đợi.

Tôi nhận thấy công nghiệp bất động sản thường bị chỉ trích. Những nhà môi giới tốt không bao giờ chỉ quan tâm tới mỗi việc kiếm tiền. Thậm chí nếu họ có như vậy thì cách tốt nhất để họ kiếm tiền là tạo dựng không khí tin tưởng lẫn nhau. Trong hơn hai thập kỷ kinh doanh trong lĩnh vực cho thuê văn phòng, tôi đã từng là đại diện cho cả người thuê và người cho thuê, mặc dù tôi làm việc với những

người thuê nhiều hơn. Có nhiều trường hợp, tôi đồng thời làm đại diện cho cả hai bên. Tại sao tôi có thể làm được như vậy? Theo tôi, giao dịch vô tư và giao dịch trung thực có giá trị ngang nhau. Bạn phải thực hiện theo phương châm đó ngay cả khi khách hàng không muốn nghe bạn nói những gì đáng phải nói. Những người thuê hay lo lắng, muốn biết làm thế nào mà tôi đại diện được cho họ nếu người chủ đất cũng trả phí cho tôi. Câu trả lời là: Cả hai bên cùng biết tôi làm việc như thế nào và tôi làm việc cho ai; lúc nào cũng vậy.

Tất nhiên, có được quan điểm kinh doanh căn bản là nền móng quan trọng để thành công trong hoạt động môi giới bất động sản. Sau khi đã nghiên cứu cẩn thận, so sánh về giá cả, tiện nghi, vị trí, khách hàng sẽ tự quyết định nên thuê văn phòng nào. Người môi giới giỏi cũng làm điều tương tự - tự quảng bá mình qua chất lượng công việc. Nhưng bằng cách nào? Hãy "thâm nhập" vào lĩnh vực kinh doanh này và thậm chí là tìm hiểu cả những sở thích cá nhân của khách hàng. Hãy tìm hiểu họ làm việc như thế nào. Hãy biết điểm quan trọng là gì. Tránh chia sẻ thông tin hoặc đưa ra lời khuyên nếu như bạn không hiểu rõ về lĩnh vực đó. Gần đây, một khách hàng liên tục gọi cho tôi, hỏi tôi về việc cần trang trí thêm những gì cho căn nhà. Khi tôi từ chối đưa ra lời khuyên, ông ta rất bực tức và cho rằng tôi đã lừa ông ta. Tôi vẫn giữ quan điểm của mình và đề nghị ông ta thuê kiến trúc sư - những người có chuyên môn về trang trí nhà cửa. Thời gian trôi qua và ông ta đã hiểu tại sao.

Trong bất cứ vụ làm ăn nào, lời khuyên tốt nhất của tôi là: đừng bao giờ "dò dẫm trên một đường kẻ rộng 2 yard ". Ngay từ đầu, hãy khảo sát cẩn thận, tìm kiếm thông tin đầy đủ và xây dựng niềm tin tuyệt đối. Sau đó, trong khi các giao dịch đang được tiến hành và dần có kết quả, sẽ chẳng có vấn đề mới nảy sinh nào có thể phá hỏng nó, vì bên phía tôi đại diện, khách hàng nhận thức được cần làm gì để kết thúc vụ làm ăn.

Khi mới thành lập công ty, việc đầu tiên tôi làm là gắn tên mình lên cửa. Tôi không thể nấp mình sau một loạt các công ty liên doanh, liên kết mà tôi không thể tin tưởng được. Khách hàng của tôi biết điều này và tôi tin rằng: Đó là lý do tại sao họ là người tạo nên cuốn sách kinh doanh của tôi. Và đó cũng là lý do tại sao hầu hết các vụ làm ăn mà tôi có hiện nay đều do các mối quan hệ và hợp tác làm ăn lâu dài đưa lại.

25. Đừng làm theo số đông

BLANCHE EVANS

Blanche Evans là Tổng biên tập của Thời báo bất động sản (Realty Times) - tờ báo điện tử chuyên cung cấp thông tin về bất động sản lớn nhất, và là tác giả của cuốn "Bắt đầu, thịnh vượng và phá sản". Bà đã được tạp chí Realtor bình chọn là một trong số "25 người có nhiều ảnh hưởng nhất trong kinh doanh bất động sản"

Cũng giống như các lĩnh vực đầu tư khác, bất động sản cũng có thời kỳ suy thoái. Nếu bạn muốn kiếm tiền từ các ngôi nhà, bạn phải sàng lọc dữ liệu để xác định cơ hội, đi ngược lại sự khôn ngoan thông thường, sẵn sàng làm điều mà những người khác không dám làm. Hãy là người đầu tiên tới đích!

Làm thế nào để được như vậy? Hãy "trượt" tới nơi nào mà "quả bóng" sẽ tới. Huyền thoại khúc côn cầu Wayne Gretzky không biết điều này nhưng khi anh tiết lộ chiến lược để thành công của mình, anh đã cho chúng ta một lời khuyên tuyệt vời về kinh doanh bất động sản.

Giả sử bạn muốn làm giàu từ việc sở hữu các ngôi nhà nhưng bạn không biết rõ lắm về việc mình phải làm gì, lời khuyên là: Hãy bắt đầu bằng việc tìm hiểu thị trường.

Tỷ lệ người có quyền sở hữu đất đai ở Mĩ là 70% nhưng đến năm 2005, 36% các ngôi nhà được bán sẽ thuộc quyền sở hữu của các nhà đầu tư hoặc những người mua ngôi nhà thứ hai. Hầu hết các cuộc mua bán này sẽ diễn ra với khả năng mạo hiểm cao, tỷ lệ lãi suất cầm cố đầu vào có thể điều chỉnh được thấp, tức là: sẽ có khá nhiều người mua những ngôi nhà lớn hơn dự kiến ban đầu, nếu họ có được mức lãi suất vay nợ cố định. Điều này có nghĩa là: 1/3 số nhà được bán vào năm 2005 sẽ là các ngôi nhà mới, chưa từng có người ở và các ngôi nhà cũ còn tốt sẽ bị lãng quên, bị đình trệ hoàn toàn.

Vậy bây giờ hãy xem xét vấn đề sau: Trong khi mọi người đổ xô vào mua những ngôi nhà sang trọng với lãi suất vay nợ thấp, hàng

loạt các căn hộ sẽ được chuyển thành nhà tập thể. Nhìn chung, tới năm 2005, nhà tập thể sẽ được ưa chuộng hơn các căn hộ cho gia đình đơn lẻ. Ở một vài khu vực, các ngôi nhà cũ, không được sửa sang sẽ bị mất giá. Trong khi đó, các ngôi nhà dành cho công nhân với giá phải chăng sẽ bị phá bỏ, sửa mới hoặc được tân trang lại thành những ngôi nhà sang trọng, nhà cao tầng, nhà Mc Mansions , hay những loại nhà đắt tiền khác.

Trong khi lãi suất tăng, các khoản nợ bị siết chặt hơn, chính phủ làm dịu thị trường nhà đất thông qua các chính sách liên bang và các biện pháp hành chính. Kết quả là tình trạng đổ xô tới các ngôi nhà đắt tiền tạm lắng lại.

Có quá nhiều tiền được rót vào các ngôi nhà sang trọng, đắt tiền trong khi nhu cầu nhà ở của những người lao động lại không được đáp ứng. Vậy lúc này, lựa chọn mua loại nhà nào là khôn ngoan? Mua nhiều ngôi nhà đắt tiền (với tỷ lệ mà ta có thể điều chỉnh được) hay mua những ngôi nhà giá rẻ cho một hộ gia đình hoặc nhiều hộ gia đình ở?

Bạn có thể lựa chọn một trong hai cách nhưng hãy tự hỏi bản thân mình: “Quả bóng - hay chính là cơ hội - sẽ ở đâu?”

Nếu bạn muốn kiếm tiền trong kinh doanh bất động sản, bạn phải là người tới đích trước tiên. Nhưng bạn phải tới nơi mà trong tương lai nó sẽ phát triển chứ không phải một nơi đã phát triển rồi. Bạn đang mạo hiểm với câu hỏi: Liệu mình có đúng không? Nếu bạn đúng, phần thưởng dành cho bạn sẽ lớn hơn rất nhiều so với những gì bạn nhận được khi chỉ làm theo số đông.

Một giải pháp khác là bạn trả tiền cho một ai đó để họ thay bạn đối đầu với nguy cơ. Nhưng điều này có lẽ còn mạo hiểm hơn. Bạn không muốn mua một ngôi nhà khi giá của nó trên thị trường đang ở mức rất cao, vì có thể bạn phải chờ nhiều năm, đến khi giá trên thị trường tăng tới một mức cao hơn thì bạn mới có lãi. Lời khuyên của tôi nghe có vẻ ngược đời nhưng bạn phải sẵn sàng làm những điều mà người khác không làm; nó có nghĩa là một mình bạn tiến về nơi mà bạn nghĩ là sẽ có nhiều cơ hội lớn ở đó.

Vì vậy, hãy học tất cả những điều cần thiết liên quan đến quản lý tài sản; hãy đầu tư vào nhà ở cho người lao động tại các khu vực gần

các trung tâm thành phố lớn và gần những điểm giao thông công cộng. Bạn không cần phải trang hoàng lại những ngôi nhà đó nhưng phải giữ chúng thật sạch, an toàn, tạo dựng không khí dễ chịu để thu hút được sự chú ý của những người thuê tốt. Hãy duy trì chúng cho tới khi bạn đã kiếm đủ lợi nhuận để mua những ngôi nhà khác. Một ngày nào đó, nhiều ngôi nhà vốn sang trọng, đắt tiền sẽ được bán rộng rãi trên thị trường và nhiều ngôi nhà sẽ được bán giảm giá. Vì vậy, hãy sẵn sàng mua chúng khi nhiều người phải miễn cưỡng bán chúng đi để thoát khỏi cảnh túng quẫn vì họ đã mua với số tiền vượt quá khả năng chi trả.

Bạn có thể thấy đây là một hướng đầu tư bất động sản rất có triển vọng. Cho thuê các ngôi nhà giá phải chăng là một dịch vụ xã hội tuyệt vời và nếu bạn kiếm tiền bằng cách đó, nó cũng chẳng làm ai tổn thương.

26. Nhấn mạnh chất lượng và thương hiệu

MICHAEL FASCITELLI

Michael Fascitelli là Chủ tịch của Tập đoàn Hỗ trợ tài chính bất động sản Vornado, Tập đoàn đầu tư bất động sản hợp nhất, đồng thời là chủ sở hữu và nhà quản lý bất động sản lớn nhất tại Mỹ.

Hãy luôn đi cùng chất lượng - mua các sản phẩm đủ chất lượng, xây dựng thương hiệu và thuê những nhân viên có phẩm chất tốt. Khi chúng tôi xem xét toà nhà GM tại đại lộ 5, Donal Trump đã khuyên rằng: “Tôi nghĩ các ông nên mua toà nhà này.” Nhưng chúng tôi bỏ qua, không mua toà nhà đó và cuối cùng, Donal Trump đã mua nó vì ông nói rằng: nó là toà nhà có một không hai và có chất lượng cao. Nếu bạn mua những cái có chất lượng và khá hiếm thì bạn sẽ kiếm được nhiều tiền.

Bước tiếp theo là xây dựng một thương hiệu và một sản phẩm đáng được đánh giá cao. Ví dụ như trong hoạt động kinh doanh nhà tập thể, cứ mỗi một foot vuông được bán ra dưới thương hiệu Trump có giá cao hơn giá trung bình vài trăm đô la. Ông đã xây dựng thương hiệu của mình bằng cách đầu tư kinh doanh thật hiệu quả tại thị trường New York, sau đó, khuếch trương thương hiệu tại Chicago, Florida và nhiều thị trường khác nữa.

Luôn thuê những nhân viên tốt nhất mà bạn có thể. Hãy lựa chọn những người có phẩm chất cá nhân tốt và đáng chú ý, vì họ chính là một phần hình ảnh của bạn. Hơn nữa, họ chính là một phần cái thương hiệu mà bạn xây dựng nên.

27. Tận dụng tối đa Internet

DEBBIE FERRARI

Debbie Ferrari là nhà môi giới bất động sản hàng đầu tại hạt Orange, bang California và là Phó chủ tịch Hội đồng trao đổi quốc gia năm 2006. Trang web Tiên phong gồm 1.000 trang của bà là trang web bất động sản nhận được nhiều giải thưởng nhất ở Mỹ.

Lời khuyên tốt nhất trong kinh doanh bất động sản mà tôi từng biết đã đến với tôi vào năm 1996. Đó là khi chúng tôi đang chiêm ngưỡng trang web đầu tiên của mình, chồng tôi - anh Bill - đã nói: "Cái vật thể Internet mới mẻ này sẽ là tương lai của ngành bất động sản, em phải trở thành một phần của nó." Sau đó anh còn nói thêm: "Nghĩ sâu xa hơn, em hãy luôn là người thống trị những nhà kinh doanh bất động sản khác trong lĩnh vực marketing, trên Internet."

Tôi đã làm theo lời khuyên của anh và ngày nay, khi mà 80% người tiêu dùng sử dụng Internet để tìm nhà và các nhà kinh doanh bất động sản, trang web của tôi đã trở thành trang web số một, vượt lên trên tất cả các nhà kinh doanh bất động sản khác tại hạt Orange, bang California (với tổng số dân 3 triệu người). Có ba lý do khiến trang web của tôi trở thành số một: (1) Trang web của tôi - www.debbieferrari.com - là một trong những trang web bất động sản đầu tiên. Chúng tôi bắt đầu xây dựng trang web vào năm 1996 - khi đó, chúng tôi đã sớm nhận thấy rằng Internet sẽ là công cụ quảng cáo cực kỳ đắc lực của những nhà kinh doanh bất động sản. (2) Với gần 1000 trang nội dung, trang web của tôi là trang web bất động sản đầy đủ nhất và nó chứa đựng các thông tin mà người tiêu dùng muốn biết khi xem xét mua, bán, cho thuê hay trao đổi một tài sản bất động sản. (3) Công cụ tìm kiếm như Google rất thích các trang web tự cập nhật. Hầu như mỗi ngày, chúng tôi đều bổ sung thêm thông tin cho trang web, thường mỗi lần là cả vài trang thông tin.

Khi người ta tìm kiếm "Bất động sản hạt Orange", "Nhà kinh doanh bất động sản tại hạt Orange", "Trao đổi bất động sản tại hạt Orange" và nhiều từ khoá khác trên Google, AOL và trên các công cụ tìm kiếm khác, trang www.debbieferrari.com sẽ xuất hiện đầu tiên.

Với tôi, việc làm theo lời khuyên của Bill: thống trị thị trường tại hạt của tôi - có giá trị hàng triệu đô la. Điều đó cũng giúp tôi trở nên nổi tiếng cả nước với trang web của mình - trang web bất động sản được nhận nhiều giải thưởng nhất tại Mỹ.

28. Hãy đặt ra mục đích và tin tưởng vào trực giác của bạn

ROBERT L. FREEDMAN

Robert L. Freedman là Chủ tịch và CEO của công ty bất động sản GVA Williams - công ty thương mại chuyên môi giới, tư vấn và xây dựng chiến lược, trụ sở tại thành phố New York. Ông là người phát triển tổ chức GVA Worldwide, một tổ chức hỗ trợ vốn cho 120 tổ chức thương nghiệp trên 5 lục địa

Là một nhà môi giới bất động sản trẻ vào những năm 1970, tôi kinh doanh dựa trên một phương pháp gọi là vận động - tìm ra các triển vọng kinh doanh một cách ngẫu nhiên và dựa trên sự tự nguyện của khách hàng. Tôi môi giới các ngôi nhà cho thuê loại vừa và nhỏ trong trung tâm thị trấn Manhattan và tôi đã đạt một trình độ nghề nghiệp nhất định, giúp cho chủ nhà vượt qua các rắc rối trong việc ký kết hợp đồng. Tôi xác định các ngôi nhà phù hợp, các điều khoản đàm phán và những điều kiện mà cả chủ nhà và người thuê đều chấp nhận được, trừ một điều đáng lưu ý - vấn đề bảo đảm quyền được thuê nhà. Hầu hết những khách hàng muốn thuê nhà đều là những người có điều kiện kinh tế eo hẹp và việc bảo đảm quyền được thuê ngôi nhà nổi lên như một yếu tố quan trọng, quyết định sự thành bại của giao dịch. Chủ đất tỏ ra rất miễn cưỡng khi cho những người có kinh tế eo hẹp như vậy thuê nhà vì họ không có đủ khả năng kinh tế để đảm bảo và do đó, cũng không thể thuyết phục ngân hàng phát hành thư tín dụng. Do sự khó xử này mà có nhiều hợp đồng không thể chốt được.

Đặt ra mục tiêu cao. Trong buổi tổng kết cuối năm, giám đốc kinh doanh của tôi nói rằng ông ta rất hài lòng về đạo đức nghề nghiệp, sự sáng tạo, hiệu quả công việc và tinh thần thầu khoán của tôi. Tất cả những đặc tính đó đều được phản ánh qua những gì tôi đã làm. Xem xét kỹ lưỡng hơn diện mạo và tác phong của tôi, ông ta thốt lên: "Này, mẹ anh không mua cho anh những chiếc cà vạt giá 50 đô (đồng đô la năm 1974) để làm việc với những người thuê nhà nhỏ bé (...) mà chưa ai từng biết tới đâu nhé."

Lời nhận xét này cũng có cái lý của nó. Ông muốn nói rằng tôi hãy nâng tầm nhìn của mình lên, hãy mua loại nhà kiểu Fortune 500, thực hiện các giao dịch lớn hơn vì ông tin rằng tôi có thể cạnh tranh được ở mức độ đó. Điều này làm thay đổi động lực kinh doanh của tôi và giúp đẩy tôi lên cao hơn.

Tin vào trực giác của bạn. Tôi cũng học được một bài học lớn nữa đó là phải biết tin vào trực giác của mình. Chúng ta có thể đưa ra một ví dụ cổ điển để minh chứng cho điều này. Đó là ví dụ về một viện tài chính lớn đã lấy lại toà nhà chiếu theo chứng thư, thay cho việc tịch biên tài sản thế nợ.

Viện tài chính này đã định giá toà nhà là 6 triệu đô la rồi chuyển nhượng nó cho một công ty con và chi nhánh phát triển bất động sản của viện. Toà nhà 24 tầng - xây vào khoảng năm 1911 với tổng diện tích 230.000 feet vuông - có vị trí nằm ngay tại trung tâm khu vực thuộc Dự án tái phát triển đường 42. Nhà thầu của dự án là một cơ quan bán chính phủ có tên là New 42. Tuy nhiên, ngôi nhà nằm ngoài phạm vi của khu vực công. Cũng cần phải lưu ý thêm rằng, đường 42, nằm giữa đại lộ 7 và 8, chính là hình ảnh minh hoạ cho khu vực thành thị đã bị phá huỷ và tàn rụi.

Những khách hàng của chúng tôi nhận được một lời đề nghị và miễn cưỡng mua toà nhà với giá 18 triệu đô la. Họ muốn được chúng tôi tư vấn, để bán toà nhà và chuyển nó ra khỏi danh sách của công ty.

Chúng tôi đầu tư vào tài sản đó và hoãn kế hoạch với New 42 lại. Vào thời gian này, dịch vụ cho thuê văn phòng ngày càng phát triển và thị trường ấy bắt đầu lan sang cả đường 42. Hai khu nhà lân cận với khu nhà của chúng tôi - Rạp hát New Amsterdam và The Forest City Ratner Project đang được đàm phán với hãng Disney và Madame Tussaud's. Mặc dù toà nhà không phải là nơi được qui hoạch vào đất thành phố nhưng đó là cửa ngõ dẫn tới các di tích lịch sử quốc gia và do đó có đủ điều kiện để được khấu trừ thuế.

Tôi hỏi người quản lý cao nhất của khách hàng xem liệu chúng tôi có thể tham gia vào dự án với tư cách là thành viên chính chứ không phải là người môi giới. Họ từ chối với lý do là xung đột về lợi ích. Nhưng khi chúng tôi trình bày viễn cảnh phát triển và một kế hoạch có thể tạo ra một khoản lợi nhuận khổng lồ, họ rất chăm chú và quan tâm.

Chúng tôi bắt tay vào thực hiện dự án, trước tiên là xây các cửa hàng bán quần áo ở các tầng trên. Khu nhà thuê sẽ tập trung vào lĩnh vực giải trí, điều này khá phù hợp với đặc điểm ngôi nhà và khu tái đầu tư cho giải trí thành thị. Chúng tôi và khách hàng đều đánh giá mục tiêu của dự án là "công bằng thương hiệu" cho những người thuê tiềm năng, cũng như chi phí chuyển giao bất động sản.

Sau khi xác định được các mục tiêu, chúng tôi liên hệ với các CEO và ban quản trị chứ không phải là ban Liên hiệp bất động sản. Chúng tôi huy động toàn bộ ngân sách quảng cáo (khoảng 100.000 đô la) cho một phương tiện truyền thông duy nhất - chương trình tạp kỹ, chương trình được coi là cuốn "Kinh thánh" của công nghiệp giải trí. Chúng tôi trải rộng hai trang giấy ra, vẽ lên đó hình thù của một anh hầu mặc áo đỏ trông rất kỳ dị và buồn cười. Đó là hình ảnh miêu tả đường 42.

Từ chỗ chỉ được định giá là 6 triệu đô la tài sản đó đã được chúng tôi bán với giá xấp xỉ 165 triệu đô la, trong đó chi phí mất 28 triệu đô la (tương ứng với khoản khấu trừ thuế liên bang).

Từ ví dụ này, tôi rút ra một kết luận rất đơn giản: Hãy tin tưởng vào trực giác của bạn, dù ban đầu nó không được khách hàng ủng hộ.

29. Nắm bắt sự thay đổi

DOUG FRYE
Doug Frye là chủ tịch và CEO của công ty Colliers Macaulay Nicolls

Nền công nghiệp bất động sản của chúng ta phát triển rất chậm, tạo điều kiện thuận lợi cho những người mới bước chân vào lĩnh vực kinh doanh này - những người nắm bắt được sự thay đổi. Hãy nhìn sâu hơn vào những sự thật hiển nhiên này để đẩy nhanh quá trình gặt hái thành công của bạn!

Bất động sản là lĩnh vực kinh doanh dựa vào các mối quan hệ. Điều này không đúng. Bất động sản là lĩnh vực kinh doanh có tính đồng nhất. Người ta không hợp tác với những người họ thích; họ hợp tác với những người có điểm gì giống họ mà điểm đó có thể giúp họ đạt được những mục đích, mục tiêu cá nhân. Tất nhiên, trong kinh doanh, có một đối tác mà mình thích là một lợi thế, nhưng tốt nhất thì chỉ nên coi nó là điều kiện phụ mà thôi.

Nghĩ về vị trí, vị trí và vị trí. Có một vị trí đẹp luôn là điều tuyệt vời. Nhưng trong thời đại ngày nay, chìa khoá thành công lại là sự chuyên môn hoá, sự chuyên môn hoá và sự chuyên môn hoá. Dù bạn mua, bán hay cung cấp dịch vụ, nếu bạn tập trung toàn bộ khả năng cạnh tranh vào một loại sản phẩm trong một thị trường hay một ngành kinh doanh nào đó thì bạn sẽ có cơ hội tốt để phát triển. Nếu bạn chỉ kinh doanh chung chung, bạn sẽ mãi là người đứng thứ hai, về đích sau người kinh doanh chuyên môn hoá.

Tiếp cận thông tin, phân cấp sân chơi. Thực ra, việc dư thừa thông tin khiến sự tập trung chuyển sang tốc độ và chất lượng xử lý thông tin. Những người có kinh nghiệm, biết nhanh chóng xác định và sàng lọc thông tin để lấy các dữ liệu quan trọng sẽ là những người dẫn đầu trong cuộc đua.

30. Tôn trọng mọi người

D. KENT GALE

D. Kent Gale là chủ tịch của tổ chức Daniel Gale - Tổ chức môi giới bất động sản thường trú không độc quyền lớn nhất ở Long Island. Tổ chức này do Daniel Gale - cha của Kent Gale và ông của Stan Gale - sáng lập vào năm 1922.

Khi tôi bắt đầu làm việc cho công ty của cha mình - Daniel Gale - vào năm 1937, mọi công việc kinh doanh đều được bắt đầu từ những cái bắt tay. Kể từ đó, mọi thứ đã thay đổi rất nhiều. Tuy vậy, người ta vẫn còn quan tâm đến yếu tố con người và lòng trung thực.

Cha tôi, Daniel Gale, là một người đầy ắp ý tưởng. Tôi cũng xin nói thêm rằng con trai tôi, Stan - người thành lập công ty The Gale - là người thừa hưởng được đặc điểm đó của ông. Mặc dù gia đình chúng tôi kinh doanh xì gà nhưng cha tôi có ý tưởng bán bảo hiểm cho những người đi làm bằng xe lửa tới Manhattan. Ông đã rất thành công trong lĩnh vực đó, vì vậy ông quyết định mở rộng kinh doanh sang lĩnh vực bất động sản và thành lập công ty riêng của mình vào năm 1922. Ông thích một mảnh đất đồi tuyệt đẹp tại Huntington, ở Long Island, gần nơi chúng tôi sống. Khi đó, nơi ấy còn là một nơi hoang vắng. Nhưng ông nhìn thấy trước là người ta sẽ thích sống ở đây và ông tìm một đối tác. Cuối cùng, họ đã cùng nhau kiếm được rất nhiều tiền - các lô đất bán đắt như tôm tươi. Ông đã có dự cảm trước về tương lai và có đủ tự tin để làm theo những gì mình dự đoán.

Cha tôi cũng rất tôn trọng mọi người và ông đối xử với họ rất tốt. Tôi đã học được từ ông một bài học rất quan trọng về đối nhân xử thế. Tôi nhớ, một lần, hai cha con đang làm việc ở văn phòng thì có một người đàn ông mặc quần chẽn gối bước vào; trông ông ta chẳng có gì là ấn tượng cả. Nhưng cha tôi lại nói chuyện với ông ta suốt hai giờ đồng hồ. Tôi nghe được vài mẩu của câu chuyện và nó chẳng đả động gì đến bất động sản hết. Khi người đàn ông đó ra về, tôi hỏi cha tôi tại sao lại dành quá nhiều thời gian cho ông ta đến vậy. Ông cười và nhắc tôi đừng có "xem mặt mà bắt hình dong". Thay vào đó, tôi phải lắng nghe một cách công bằng rồi mới xét đoán người khác. Ông

nói, mọi người sẽ làm cho tôi ngạc nhiên. Sau đó, tôi biết được rằng người đàn ông đó chính là người có nhiều ảnh hưởng nhất tại Long Island. Tất nhiên là ông ta có cả một lâu đài!

Năm 1941, tôi gia nhập quân đội, và lời khuyên đó luôn ở bên tôi, hướng dẫn tôi trong suốt năm năm tại ngũ. Tất nhiên, cũng xuất phát từ lời khuyên đó, chúng tôi đã xây dựng thành công hai công ty - công ty Daniel Gale (tôi được thừa hưởng vào năm 1964) và công ty The Gale của con trai tôi, Stan.

Tất cả đều bắt đầu từ yếu tố con người - người làm việc cho bạn, người hợp tác cùng bạn và khách hàng của bạn. Hãy đối xử tốt với họ và hãy tôn trọng họ.

31. Hãy khiến mình nổi tiếng vì lòng trung thực

STANLEY C. GALE

Stanley C. Gale là Chủ tịch và CEO của công ty The Gale, một trong những công ty bất động sản thương mại tư nhân lớn nhất thế giới với danh mục đầu tư lớn hơn 60 triệu feet vuông. Kể từ khi mới thành lập vào năm 1985, công ty The Gale đã thay mặt các đối tác đầu tư của mình đầu tư với số tiền hơn 3 tỷ đô la. Ông chính là con trai của D. Kent Gale.

Tôi đã học được từ cha và ông nội một điều, đó là: trong kinh doanh bất động sản, lời nói chính là trái phiếu của bạn. Không có bản hợp đồng nào có giá trị lớn hơn một cái bắt tay. Ông nội tôi thành lập công ty bất động sản chuyên kinh doanh nhà ở - The Daniel Gale - vào năm 1922 và dưới sự lãnh đạo của cha tôi, nó đã trở thành công ty môi giới bất động sản có trị giá lên tới một tỷ đô la. Ngày nay, nó vẫn là một công ty độc lập và được những người mua, bán bất động sản ở Long Island tín nhiệm nhất. Sự tồn tại lâu dài và thành công của công ty đã chứng minh tầm quan trọng của sự trung thực trong kinh doanh bất động sản.

Trung thực chính là sự khác biệt

Biết yêu tài sản. Tôi không hoàn toàn tin vào cái gọi là những lời khuyên đúng đắn trong lĩnh vực bất động sản, đặc biệt là kinh doanh bất động sản. Một trong số những lời khuyên kiểu như vậy là: “Đừng bao giờ yêu” bất cứ tài sản nào, ít nhất là cho tới khi bạn thu được khoản tiền nào từ nó hoặc tài sản đó có thể qui ra “gạch và gỗ” . Điều này thật vô nghĩa.

Tôi phải có tình yêu với tài sản. Và tôi không xấu hổ khi nói rằng: Tôi tin vào tình yêu sét đánh. Nếu tôi không trải qua cú sốc không thể nhầm lẫn đó, sự nhận ra trong khoảnh khắc đó, nếu tôi không yêu một tài sản nào thì cũng chẳng có vụ mua bán nào cả. Có thể nói, cách kinh doanh của gia đình Gale là yêu một tài sản nào đó và tự hào về

nó, đồng thời muốn làm cái gì đó thật khác biệt với nó. Một tài sản không đơn thuần chỉ là "gạch và gỗ".

Xác định đầu ra. Ngay từ giây phút đầu tiên, tôi đã phải xác định đầu ra cho ngôi nhà: đối tác của tôi sẽ là ai, khung thời gian là bao nhiêu, ai sẽ thuê ngôi nhà đó. Nếu tôi không thể phác hoạ toàn bộ giao dịch trên một cái gì đó như là cái cocktail napkin , nó sẽ chẳng bao giờ có hiệu quả trong cuộc chạy đua của Argus . Điều này khiến nhiều người đặt ra câu hỏi tại sao tôi lại trả giá rất hời cho các tài sản có chất lượng cao? Nguyên nhân là do trong lúc họ còn bị kẹt ở "hiện tại" thì tôi đã nhìn thấy trước triển vọng của tài sản đó - giá trị thực cuối cùng của nó là bao nhiêu. Điều này cũng giống với những gì mà cha của Wayne Gretzky khuyên ông: "Hãy tới những nơi có xu hướng phát triển, đừng tới những nơi đã phát triển rồi."

Gặp mặt trực tiếp. Tôi cũng học được từ gia đình một điều, đó là: Không gì bằng một cuộc gặp mặt trực tiếp. Tôi đã tới Hàn Quốc 45 lần để thắt chặt mối quan hệ hợp tác với đối tác của mình. Nhờ đó, công ty The Gale trở thành nhà phát triển bất động sản chính của thành phố Songdo. Đó là dự án trị giá 25 tỷ đô la, một dự án phát triển bất động sản lớn nhất trên thế giới. Tôi đã phải bay hơn 1300 giờ và phải ăn rất nhiều kim chi nhưng quan hệ cá nhân mật thiết là phần thưởng xứng đáng với tất cả công sức mà tôi bỏ ra.

Chia sẻ nguy cơ. Một lời khuyên nữa mà tôi thấy hoàn toàn sai lầm, đó là: "Đừng hợp tác kinh doanh với bạn bè." Tôi xin nói rằng: "Hãy chỉ kinh doanh với bạn bè mà thôi." Một số bạn làm ăn là những người bạn thân nhất của tôi và ngược lại, một vài bạn thân nhất của tôi lại chính là đối tác kinh doanh. Điều đó chẳng thể nào khác được. Khi hợp tác kinh doanh với bạn bè, có lẽ bạn muốn học làm theo công thức của cha tôi: "Hãy để các đối tác tài chính chia sẻ với bạn những lúc phát đạt và giảm bớt gánh nặng cho bạn những lúc khó khăn. Các bạn phải cùng nhau chia sẻ nguy cơ một cách công bằng."

32. Đừng bao giờ bán; hãy trao đổi bất động sản

JIM GILLESPIE
Jim Gillespie là Chủ tịch và CEO của Công ty Ngân hàng bất động sản Coldwell

Người cho tôi lời khuyên giá trị nhất trong kinh doanh bất động sản chính là người môi giới đầu tiên của tôi - Bob Dixon tại công ty Nhà ở Dixon Gallery ở La Grange, Illinois. Ông ta khuyên tôi: "Đừng bao giờ bán những đầu tư bất động sản; hãy trao đổi chúng."

Khi còn là sinh viên tại trường đại học Illinois, tôi nhận ra rằng tôi muốn học một ngành có thể giúp đỡ được mọi người. Công việc đầu tiên của tôi là làm giáo viên tại một trường phổ thông. Sau đó, tôi làm chủ tịch Hội thanh niên cơ đốc tại La Grange, Illinois. Một trong số những người bạn cùng chơi tennis với tôi làm việc trong ngành bất động sản. Và anh ta thuyết phục tôi rằng cá tính cũng như đạo đức nghề nghiệp của tôi rất thích hợp với ngành kinh doanh bất động sản. Anh ta đã đúng.

Khi Bob chia sẻ với tôi lời khuyên này, tôi 33 tuổi và tôi sớm nhận ra rằng đầu tư vào bất động sản là một bước chuyển khôn ngoan. Vì không có nhiều tiền nên tôi quyết định mỗi năm mua một căn nhà và cho thuê. Do đó, có thể nói, tiền cho thuê nhà chính là tiền lãi. Mặc dù còn rất trẻ tuổi, lúc đó tôi đã tập trung nhiều vào sự tăng giá nhà ở. Tôi dần hiểu được những ưu thế về thuế mà chủ nhà có được, ý nghĩa của sự khấu hao và cơ hội sử dụng các ngôi nhà như là phương tiện để vay tiền.

Tôi chưa từng gặp trục trặc trong việc tìm người thuê nhà. Tôi luôn giữ mức giá hợp lý và giữ cho ngôi nhà ở trạng thái tốt nhất. Tôi không coi thu nhập từ việc cho thuê nhà là chiến lược đầu tư lâu dài. Theo tôi, những lợi ích lâu dài về thuế và sự tăng giá nhà mới là những yếu tố khiến cho bất động sản trở thành lĩnh vực đầu tư tốt nhất.

Chính vì lời khuyên của Bob nên tôi không bao giờ bán một căn nhà mà không mua một căn nhà khác thay thế. Tôi tìm cách tăng chất lượng và ưu thế của ngôi nhà, và tôi đã tận dụng ưu điểm của Hệ thống trao đổi miễn thuế Starker 1031. Hệ thống này cho phép bạn trao đổi các tài sản bất động sản cùng loại mà không phải nộp thuế hoặc nộp rất ít. (Nhưng hãy luôn đối chiếu với cố vấn về thuế của bạn). Số tiền thu được từ việc cho thuê nhà sẽ là nguồn thu chính khi tôi ngừng kinh doanh.

Tôi thấy thật may mắn khi người bạn cùng chơi tennis đã giúp tôi bước vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản. Trong suốt quá trình kinh doanh, tôi đã gặp rất nhiều người thú vị và đã cùng họ xây dựng được những tình bạn tuyệt vời. Trên tất cả, cũng trong quá trình kinh doanh ấy, tôi đã tìm được vợ mình. Tôi đã có 31 năm kinh nghiệm trong kinh doanh bất động sản và trong ngần ấy năm, tôi luôn gắn bó với Ngân hàng Coldwell. Có vẻ hơi thiên vị nhưng tôi tin rằng đây là ngân hàng tốt nhất trong số các ngân hàng có liên quan đến kinh doanh bất động sản trên thế giới.

33. Lưu ý tới chi tiết

LEWIS M. GOODKIN

Lewis M. Goodkin - Chủ tịch của Công ty tư vấn Goodkin - là một trong số những nhà tư vấn bất động sản hàng đầu của nước Mỹ. Ông còn là diễn giả thường xuyên về các vấn đề: Kinh tế đất đô thị, Đầu tư, phát triển và tiếp thị bất động sản. Đồng thời, ông là tác giả của cuốn "Khi bất động sản và xây dựng nhà ở trở thành ngành kinh doanh lớn" và đã viết hàng nghìn bài báo cho các tổ chức kinh doanh, thương mại, các tờ báo và tạp chí.

Tôi nhận thấy rằng, phần lớn những người tham gia vào ngành công nghiệp bất động sản thường bỏ qua những lời khuyên căn bản nhất. Những khách hàng để ý cẩn thận tới từng chi tiết thường đưa ra quyết định đúng đắn hơn và thường có được các dự án lớn hơn. Bạn có thể kiếm được nhiều tiền hơn mức bạn cần nhưng đừng bao giờ ngừng học hỏi. Sau đây là ba cách giúp bạn luôn chắc chắn rằng mình đang để ý tới những chi tiết đúng:

1. Chúng ta bán và cho thuê các loại bất động sản với con người, chứ không phải với các con số. Vì vậy, bạn càng hiểu về họ - những người tạo nên thị trường của bạn - bao nhiêu, bạn càng thành công bấy nhiêu trong việc đáp ứng những mong muốn, nhu cầu cũng như khả năng của họ.

2. Trong kinh doanh bất động sản, chúng ta thường thấy những người kinh doanh không chuyên thất bại vì họ không hiểu được những điểm tinh vi của thị trường; trái lại các chuyên gia thất bại vì họ bỏ qua những chi tiết quá rõ ràng.

3. Các dự án bất động sản thành công nhất là kết quả có được khi những nhà phát triển lưu tâm đến hàng trăm các chi tiết nhỏ mà các đối thủ cạnh tranh của họ cho qua trong thị trường mục tiêu của họ, hơn nữa còn đánh giá rất cao các chi tiết đó.

34. Quản lý việc đóng thuế

GARY GORMAN

Gary Gorman là người sáng lập và đối tác quản lý của hệ thống trao đổi 1031, LLC, một chuyên gia về thuế trong lĩnh vực bất động sản và là tác giả của cuốn "Exchanging UP"!

Khi bán nhà hay đất, bạn chỉ nên đóng thuế nếu bạn muốn, và với số tiền mà bạn thấy hợp lý. Tôi đã học được bài học quí giá này hơn 20 năm, từ trước khi tôi chịu trách nhiệm quản lý và giải quyết các vấn đề liên quan đến thuế cho văn phòng tại San Francisco của công ty Price Waterhouse (hiện nay đã đổi thành PricewaterhouseCooper). Hồi đó, tôi có một khách hàng kinh doanh bất động sản rất hay sử dụng Hệ thống trao đổi 1031 để trì hoãn việc đóng thuế cho khoản lợi nhuận thu được từ việc mua - bán đó. Mục 1031 của qui ước IRS cho phép người đóng thuế tích luỹ được khoản lợi nhuận thu từ việc bán những tài sản đầu tư cũ để đổi lấy những tài sản đầu tư mới; nhờ đó, họ không phải đóng thuế cho món lời ngày càng tăng đó. Đây là một trong những lợi thế vô cùng to lớn của việc sở hữu bất động sản so với sở hữu cổ phiếu và trái phiếu, bởi vì không có mục qui ước tương tự cho cổ phiếu và trái phiếu. Tôi không hề biết rằng thời gian làm việc với vị khách hàng đó chính là bước khởi đầu để xây dựng và phát triển sự nghiệp vĩ đại của tôi sau này - sự nghiệp với bất động sản. Từ sau năm 1991, IRS thay đổi các điều lệ trong Hệ thống trao đổi 1031 và bắt đầu yêu cầu các nhà môi giới tham gia giao dịch phải có đủ trình độ chuyên môn, tôi cảm thấy mình ngày càng bị vũ đài 1031 hấp dẫn. Lợi dụng vốn kiến thức về ngành bất động sản và các kỹ năng của một CPA , tôi thôi học khoá đào tạo CPA và bắt đầu sự nghiệp của một nhà môi giới chuyên nghiệp. Đến nay, tôi đã tham gia giải quyết hơn bốn ngàn vụ giao dịch buôn bán.

Kinh nghiệm dạy tôi rằng, dù vụ trao đổi có khó khăn và phức tạp đến đâu chăng nữa, chỉ cần theo sát 6 nguyên tắc sau, bạn sẽ thành công trong việc trì hoãn đóng thuế.

1. Giữ bất động sản lại để đầu tư. Kể cả cơ ngơi cũ mà bạn đang rao bán và cơ ngơi mới mà bạn đang muốn mua, hãy giữ lại để đầu

tư. Bất kì loại bất động sản nào cũng đều có giá trị như một món đầu tư. Bạn có thể bán biệt thự sang trọng và mua một văn phòng lớn, một chung cư, một nhà kho, hay thậm chí là cả khu đất trống. Giữ bất động sản lại và bán ra khi có thời cơ. Nói chung, bạn nên giữ cơ ngơi cũ và cơ ngơi mới lại để đầu tư trong ít nhất một năm và một ngày.

Bất cứ thứ gì được xếp vào danh mục bất động sản đều có thể dùng để kinh doanh. Bạn có thể tận dụng những lợi thế về nước, gỗ và ga trong căn nhà của mình khi kinh doanh. Vài năm qua, số lượng nhà nghỉ và nhà cho thuê xuất hiện ngày càng nhiều trong danh mục của 1031.

2. Giới hạn số bất động sản ở con số 3 hay ít hơn. Tính từ ngày bán được cơ ngơi cũ, bạn có 45 ngày để cung cấp cho môi giới danh sách bất động sản mà bạn muốn mua. Trong danh sách của bạn chỉ nên có khoảng 3 cơ ngơi hay ít hơn và 45 là số ngày hạn định. Bạn không thể kéo dài thời gian đó, bởi vì kỳ hạn có thể rơi vào ngày nghỉ cuối tuần hay nghỉ lễ.

Bạn sẽ hạn chế được sai sót khi mua căn nhà nếu số bất động sản cần mua trong danh sách chỉ là 3 hay ít hơn. Ví dụ, điều này có thể chấp nhận được nếu bạn đã bán ngôi biệt thự sang trọng với giá 100.000 đô la, sau đó liệt kê ra danh sách 3 ngôi nhà cần mua, mỗi cái có giá là 10.000 đô la (tổng là 30.000 đô la). Tuy nhiên, nếu bạn liệt kê hơn 3 bất động sản, danh sách tổng của bạn không thể gấp quá 2 lần giá bán ngôi nhà cũ. Ta thử thay đổi ví dụ, nếu bạn liệt kê 4 bất động sản cần mua, mỗi cái có giá 75.000 đô la (tổng tất cả là 300.000 đô la), cả vụ trao đổi đã quá lố - có nghĩa là cả vụ trao đổi đã thất bại (ngay cả khi bạn chỉ mua một trong số 4 bất động sản đó) vì bạn đã liệt kê quá 3 bất động sản và tổng giá của chúng lại vượt quá 2 lần giá bán ngôi nhà cũ. Ta có thể rút ra kinh nghiệm là: Hãy đơn giản danh sách của bạn và giới hạn chúng ở mức 3 tài sản hay ít hơn.

Các đặc điểm nhận dạng khu nhà hay mảnh đất đó cần phải rõ ràng để nếu IRS muốn kiểm tra công việc của bạn, nhân viên của họ có thể đến ngay nơi đó để xác nhận danh sách. Ví dụ, bạn nên trích là: "123 đường Chính, Denver, Colorado" hơn là "Một ngôi nhà có 3 phòng ngủ, 2 nhà tắm trên đường Chính, Denver, Colorado." Hãy miêu tả thật chi tiết những khu đất trống không có địa chỉ email.

Bạn nên gửi danh sách cho nhà môi giới của bạn trước nửa đêm

của ngày thứ 45. Bạn có thể gửi nó bằng email, fax, hay mang trực tiếp đến cho nhà môi giới, miễn là người đó được nó vào đúng ngày hẹn. Sau nửa đêm của ngày thứ 45, bạn không được phép thay đổi danh sách đó nữa; có thể bạn sẽ phải chịu hình phạt rất nặng, kể cả việc bị bỏ tù nếu IRS phát hiện ra bạn đã thay đổi danh sách đó.

3. Kết thúc việc mua tài sản mới trong vòng 180 ngày. Kể từ ngày bạn hoàn thành việc bán cơ ngơi cũ, bạn có 180 ngày để mua được cơ ngơi mới và cơ ngơi mới này phải nằm trong danh sách đã gửi cho nhà môi giới của bạn. Bạn có thể mua một hay cả ba tài sản nằm trong danh sách đó. Cũng giống như yêu cầu 45 ngày, 180 ngày là số ngày hạn định để hoàn thành việc mua bán này (bao gồm cả ngày nghỉ cuối tuần và nghỉ lễ); và bạn không thể kéo dài kỳ hạn đó.

Hoàn thành việc mua bất động sản có nghĩa là bạn phải nắm được quyền sở hữu và đứng tên sở hữu tài sản đó trước ngày thứ 180. Bạn cần phải dừng việc mua ngôi nhà hay mảnh đất đó vào hôm trước, nếu ngày thứ 180 rơi đúng vào thứ 7, chủ nhật hay kì nghỉ lễ. Chúng tôi luôn cảm thấy vô cùng lo lắng khi khách hàng của mình kết thúc việc mua bán đúng vào phút cuối cùng của kỳ hạn.

4. Chọn một nhà môi giới có đủ trình độ chuyên môn về lĩnh vực bất động sản. Bạn không thể chạm đến tiền trong suốt thời gian bán bất động sản cũ và mua bất động sản mới. Luật pháp qui định rằng bạn phải nhờ đến một bên thứ ba không phụ thuộc (thường gọi là môi giới chuyên nghiệp) nắm giữ tiền cho bạn. Hãy cẩn thận khi chọn nhà môi giới cho mình vì luật pháp không bảo vệ bạn khỏi những nhà môi giới tai tiếng. Mới đây, một phiên toà đã ra quyết định: nếu người giữ tiền của bạn không được gửi với số tài khoản dành riêng cho bạn, chủ nợ của môi giới mà bạn thuê có thể thu hồi số tiền đó. Hãy đảm bảo rằng người môi giới đó đã lập tài khoản riêng cho bạn.

Bạn có thể cho rằng: Nếu vai trò của môi giới trong quá trình trao đổi là quan trọng đến vậy thì luật pháp liên bang và nhà nước nên có những điều luật rõ ràng để bảo vệ bạn cũng như tiền của bạn khỏi những môi giới thiếu thận trọng và trung thực. Trên thực tế thì không có luật nào như vậy, không có ai bảo vệ bạn cả.

5. Hãy đảm bảo rằng người chủ sở hữu bất động sản cũ và bất động sản mới là giống nhau. Tên người chủ sở hữu trong bản thống kê món tài sản cũ nên trùng với tên người chủ sở hữu trong bản

thống kê món tài sản mới. Ví dụ, nếu Fred và Sue Jones bán ngôi biệt thự sang trọng của họ đi thì họ cũng phải cùng đứng tên chủ sở hữu món tài sản mới. Họ không thể đổi thành Tập đoàn đầu tư Jones, vì tập đoàn là một cá thể đóng thuế khác.

Các tập đoàn, hiệp hội, công ty trách nhiệm hữu hạn (LLC) và tơ rớt đều có thể dùng Hệ thống trao đổi 1031. Tuy nhiên, kiểu sở hữu tập thể này có thể gây phức tạp cho vụ trao đổi. Ví dụ, nếu trong hiệp hội của mình, bạn đứng tên chủ sở hữu bất động sản nhưng sau khi bán bất động sản đó, các đối tác của bạn muốn đầu tư vào lĩnh vực khác; lúc này, bạn cần phải được hướng dẫn chi tiết về cơ cấu trao đổi; do đó, có bên mình một môi giới có trình độ chuyên môn cao là rất quan trọng với bạn.

6. Mua một thứ gì đó có giá trị tương đương hay lớn hơn. Để tránh việc phải đóng thuế trong quá trình trao đổi, bạn phải mua một ngôi nhà, mảnh đất có giá trị tương đương hay lớn hơn tài sản cũ và tái đầu tư tất cả số tiền mặt bạn có. Ví dụ, nếu Fred và Sue bán ngôi biệt thự sang trọng của họ với giá 100.000 đô la; họ phải mua một cơ ngơi mới có giá trị thấp nhất là 100.000 đô la, để tránh phải đóng thuế. Nếu chỉ phải trả 90.000 đô la cho cơ ngơi mới, họ sẽ phải đóng thuế cho 10.000 đô la còn lại. Nếu sau khi bán ngôi biệt thự, họ thanh toán các văn tự cầm cố của mình và trả những chi phí khác hết tổng số tiền là 40.000 đô la, thì số tiền còn lại của họ là 60.000 đô la sẽ được chuyển tới người môi giới của họ; khi đó, họ phải tái đầu tư tất cả 60000 đô la đó. Giả sử họ muốn mua một cơ ngơi mới có giá là 150.000 đô la và để trả được món tiền đó, họ phải kí văn tự cầm cố mới có trị giá là 100.000 đô la, nhưng họ chỉ sử dụng 50.000 đô la trong số 60.000 đô la mà người môi giới đang cầm, họ sẽ phải đóng thuế cho số tiền 10.000 đô la còn lại chưa được sử dụng đó. (Chú ý rằng: tôi không nói là để có thể sử dụng được Hệ thống trao đổi 1031, họ phải kí một món nợ khác cho cơ ngơi mới, ít nhất là tương đương với món nợ họ đã trả cho cơ ngơi cũ. Đây không phải là một yêu cầu, mặc dù có vẻ như rất nhiều chuyên gia tư vấn về thuế và trao đổi khuyên vậy.)

Không có giới hạn cho số vụ trao đổi bạn có thể tiến hành và bạn có thể tiếp tục thu lợi nhuận từ việc bán một cơ ngơi cũ và đổi lấy một cơ ngơi mới cho đến khi bạn quyết định lấy ra một phần tiền lãi trong khi bán bất động sản. Khi đó, bạn sẽ phải nộp thuế. Bằng cách này, bạn có thể kiểm soát được lượng tiền mặt rất có khả năng bị

đánh thuế trong quá trình giao dịch. Tái đầu tư vào một ngôi nhà hay mảnh đất mới là một cách rất phổ biến để có thể sử dụng được tiền mặt mà không phải chấp hành nghĩa vụ đóng thuế.

35. Luôn luôn thương lượng

GEORGE E.GRACE

George E. Grace là người sáng lập ra Liên hiệp công ty G. E. Grace và là thành viên của Uỷ ban bất động sản của New York. Ông còn là cố vấn của công ty đại diện cho những người thuê nhà đất đầu tiên ở thành phố New York.

Liên hiệp công ty G. E. Grace đại diện cho các công ty chuyên thuê văn phòng, nhà đất để kinh doanh. Một người làm việc lâu năm trong công ty này đã cho tôi những lời khuyên vô cùng quí báu, cho đến giờ tôi vẫn còn cảm thấy tính hữu ích của nó. Tuy nhiên, cũng giống như rất nhiều những lời khuyên khác, bạn chỉ mất có năm phút để học thuộc nó nhưng phải mất cả đời để hiểu và áp dụng được nó.

Lời khuyên đó là: Luôn luôn thương lượng với các chủ nhà và cân nhắc thận trọng giữa những cơ hội lựa chọn.

Khi có nhiều chủ nhà cùng cạnh tranh để cho bạn thuê nhà, bạn có thể dễ dàng nâng cao lợi nhuận kinh tế của vụ giao dịch.

Người bán (chủ nhà) nói chung và đại lý của họ nói riêng đều cùng thuộc một thị trường cạnh tranh. Họ không thích để vuột mất khách hàng vào tay đối thủ hay bỏ trống ngôi nhà của mình. Họ cũng không muốn bỏ lỡ vụ giao dịch. Bạn càng khiến các chủ nhà cạnh tranh với nhau nhiều, họ càng muốn giành chiến thắng và đó là lúc bạn và khách hàng của mình đạt được kết quả mỹ mãn nhất.

Lời khuyên này đã giúp nhiều khách hàng của tôi tiết kiệm hàng triệu đô la khi thuê được nhà với giá rẻ, được nhượng quyền sử dụng lớn hơn và thời hạn thuê nhà cũng dài hơn. Lời khuyên là nền tảng của hầu hết vụ đàm phán mà chúng ta tiến hành.

Có rất nhiều hệ quả của lời khuyên này. Những người thuê nhà thường tự giới hạn sự lựa chọn của mình. Điều này là không nên. Hãy tìm thêm cơ hội cho mình. Nếu không còn lựa chọn nào khác, bạn cũng đừng quá liều lĩnh. Khi nhận được một bản hợp đồng hấp dẫn,

hãy dừng việc thương lượng và chấp nhận lời đề nghị đó.

36. Hãy tin tưởng vào thị trường

HARVEY E. GREEN

Harvey E. Green là Chủ tịch, đồng thời là CEO của công ty môi giới đầu tư bất động sản Marcus & Milichap - một trong những công ty môi giới bất động sản lớn nhất ở Mỹ.

Vẫn còn rất trẻ và mới rời quân ngũ, tôi đã bắt đầu sự nghiệp kinh doanh bất động sản của mình một cách rất tình cờ.

Tôi đã trở thành một môi giới khá thạo việc từ sau khi bắt đầu bước vào lĩnh vực kinh doanh này. Đó là kết quả của những kinh nghiệm to lớn, quí báu mà tôi học được từ anh rể. Anh như một người cha, người thầy của tôi. Tôi luôn trân trọng, ngưỡng mộ những gì anh đã trải qua trong cuộc sống và trong sự nghiệp. Lời khuyên đầu tiên anh nói với tôi khi tôi bắt đầu tham gia vào lĩnh vực này đã nhanh chóng bị lu mờ bởi những điều anh nói không lâu sau đó. Lời khuyên tuyệt nhất mà anh từng nói thật đơn giản, đó là: Hãy đầu tư vào lĩnh vực bất động sản và hãy tin tưởng vào thị trường.

Anh hiểu rất rõ rằng: Cùng với thời gian, bất động sản sẽ trở thành một trong những ngành có ảnh hưởng lớn nhất, nếu không thì bất động sản cũng là một trong những động lực thúc đẩy xã hội phát triển và đảm bảo cho sự bền vững xã hội về lâu dài. Bất chấp các qui luật, mặc xã hội xoay vần, theo thời gian, giá trị của ngành bất động sản ngày càng tăng lên, đồng thời bản kê khai thu nhập của những người trong ngành này cũng cao không kém.

Sau đây là 5 lời khuyên liên quan đến lĩnh vực đầu tư bất động sản mà tôi muốn gửi tới các bạn:

1. Là một nhà đầu tư, bạn phải biết mình là ai. Bạn phải biết được tại sao bạn lại đầu tư vào ngôi nhà hay mảnh đất đó; vào những thời điểm khác nhau của mỗi vụ đầu tư, mục tiêu của bạn là gì; và thậm chí trước khi ngỏ ý đầu tư, hãy tính toán chiến lược rút lui trong trường hợp không muốn tiếp tục vụ đầu tư đó.

2. Hãy tập hợp quanh bạn một nhóm ủng hộ và giúp đỡ bạn. Thậm chí, nếu bạn là một nhà đầu tư riêng lẻ, bạn cũng cần một nhóm chuyên gia giúp đỡ bạn; họ sẽ nhanh nhạy hơn và giỏi hơn bạn trong lĩnh vực chuyên môn của họ. Hãy tập hợp trong nhóm của bạn một chuyên gia môi giới, một nhà môi giới về cầm cố chuyên nghiệp, một người siêng năng và am hiểu về các qui định thuế, một luật sư giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực bất động sản, một kế toán giỏi,...

3. Nắm được lợi nhuận theo cách các chuyên gia thường làm. Bạn thực sự thu được lợi nhuận khi bất động sản được mua, chứ không phải là khi bất động sản được bán. Bạn cần phải xây dựng những chiến lược riêng biệt nhằm làm tăng giá trị của mỗi một ngôi nhà hay mảnh đất. Bởi khi chúng xuất hiện với dáng điệu thu hút nhất, có nhiều đổi mới và cải cách nhất, giá trị của chúng sẽ tăng lên rất nhiều. Hãy lên kế hoạch "đánh bóng" ngôi nhà hay mảnh đất một cách thật hệ thống, giống như danh sách những thứ cần kiểm tra trước khi bay, nó rất quan trọng và giúp chúng ta gặp nhiều may mắn hơn.

4. Thừa nhận rằng yếu tố địa lý, xã hội còn quan trọng hơn vị trí của ngôi nhà hay mảnh đất. Không còn nghi ngờ gì nữa, vị trí có ảnh hưởng rất lớn đến việc đi lại, thông thương; tuy nhiên còn nhiều yếu tố quan trọng hơn thế. Về lâu về dài, một khu vực ít nhận được đầu tư phát triển có thể gây ảnh hưởng đến giá trị của bất động sản. Hạn chế về ngân sách có thể do yếu tố địa lý hay chính trị tác động, hay cả hai, và điều đó có thể làm giảm giá trị cạnh tranh của khu đất trong tương lai.

5. Suy nghĩ kỹ lưỡng, chớp thời cơ đúng lúc. Bất động sản có thể được giữ lại đầu tư trong một thời gian dài; theo thời gian, giá trị của chúng có thể sẽ tăng lên, nhưng cũng có thể sẽ giảm đi nếu bạn buộc phải bán gấp. Thu nhập của bạn cũng có thể sẽ giảm nếu bạn đầu tư quá lâu mà không có chiến lược phù hợp. Để vượt qua sóng gió trên thương trường, bạn cần phải rất kiên nhẫn. Một người có tầm nhìn xa trông rộng thường được thưởng công xứng đáng. Tuy nhiên, những nhà đầu tư khôn ngoan luôn ý thức được một thực tế là: Mỗi một ngôi nhà hay mảnh đất đều có thời gian thích hợp để bán. Không biết chớp thời cơ sẽ làm tăng nguy cơ rủi ro của vụ đầu tư. Là một nhà đầu tư, bạn phải luôn luôn tìm kiếm cơ hội đầu tư, bất chấp các qui luật, các vòng chuyển đổi.

37. Luôn trân trọng cam kết

JEFREY GURAL

Jefrey Gural là chủ tịch của Công ty bất động sản Newmark, một trong những doanh nghiệp cung cấp dịch vụ bất động sản độc lập, lớn nhất trên thế giới. Ông còn là thành viên trong Ban giám đốc của Uỷ ban bất động sản New York.

Hai mươi năm trước, tôi đã bắt tay với một quí ông lớn tuổi có tên là Sam Galewits để mua một khu nhà nằm trên đường Broadway và Aston Place với giá 9 triệu đô la. Một vài ngày sau, người cung cấp tin tức mật của tôi cho biết Sam mới nhận được lời đề nghị bán khu nhà đó với giá 10 triệu đô la từ một người quen của tôi; anh ta không biết rằng tôi cũng đang tiến hành thương lượng, ký kết để mua khu nhà đó. Tôi nghĩ là tôi sẽ mất vụ làm ăn này và chắc chắn Sam sẽ gọi điện cho tôi để thông báo rằng ông ta đã nâng giá bán lên 1 triệu đô la so với đề nghị của tôi. Đảm bảo ông ta sẽ nói rằng: “Tôi vô cùng xin lỗi” hoặc sẽ cho tôi một cơ hội khác, nếu tôi đưa ra giá hời hơn. Tôi đã vô cùng ngạc nhiên khi ông ta nói rằng ông rất coi trọng cái bắt tay giao kèo với tôi, ông không muốn biến mình thành một thằng ngốc và phá hợp đồng chỉ vì 1 triệu đô la tiền lời. Ông giải thích rằng cha ông đã dạy ông không bao giờ được nuốt lời, và cái bắt tay của ông cũng giá trị như một hợp đồng viết tay.

Sau này, tôi luôn nhớ đến Sam và lời khuyên của cha ông. Trong hơn hai mươi lăm năm qua, tôi chưa từng đơn phương phá giao kèo. Tôi tin rằng lời khuyên này rất hữu ích với tôi vì thực tế là các nhà môi giới luôn giới thiệu khách hàng tới thuê các toà nhà của tôi; bởi họ có thể tin tưởng rằng tôi sẽ luôn giữ lời hứa với họ. Thật là khó tin, đến giờ chúng tôi vẫn còn sở hữu khu nhà tôi đã mua của Sam nhiều năm trước và đến thời điểm này, giá trị của nó đã tăng lên rất nhiều, khoảng hơn 100 triệu đô la.

38. Người thuê hôm nay là người mua ngày mai

ANDREW HEIBERGER

Andrew Heiberger là Chủ tịch và CEO của Công ty bất động sản Buttonwood, công ty có trụ sở đặt tại Manhattan, chuyên tập trung vào lĩnh vực phát triển, đầu tư và tổ chức nghiệp đoàn. Ông cũng là người sáng lập và cựu CEO của công ty Citi Habitats, một trong những công ty môi giới nhà ở lớn nhất và thành công nhất ở thành phố New York.

Cha mẹ tôi hoạt động khá tích cực trong thị trường bất động sản ở Long Island; và từ khi còn rất nhỏ, tôi đã thực sự mê đắm ngành này. Năm 20 tuổi, tôi đến Manhattan; lúc đó, rất nhiều ý tưởng và tham vọng cứ lởn vởn trong đầu tôi. Tuy nhiên, hồi đó, không có nhiều trường dạy người ta cách tiếp cận thế giới bất động sản. Trên thực tế, cũng có rất ít cơ hội cho những người trẻ tuổi tham gia vào ngành này. Thông thường bạn chỉ làm công việc giữ chân quản lý tài sản, hay nếu may mắn hơn, bạn có thể pha cà phê và chạy việc cho một nhà phát triển nào đó. Đặc biệt, có một lĩnh vực hoàn toàn không dành cho các chuyên gia trẻ tuổi, đó là: kinh doanh, môi giới nhà ở. Hầu hết mọi người đều nghĩ rằng: Nếu tóc của bạn không có màu xám và tên của bạn không là Gladys, bạn không thể bán nhà ở Manhattan.

Thêm nữa, các nhà môi giới thường không để ý đến tiền thuê nhà. Tôi thật sự muốn tìm hiểu xem tại sao họ lại thờ ơ như vậy vì hầu hết những người đến New York đều chọn giải pháp thuê nhà, và bất cứ ai đã từng đi thuê nhà đều biết rằng việc đó không phải là dễ. Ai chẳng muốn gặp được một khuôn mặt thân thiện giữa hàng trăm nhìn khuôn mặt xa lạ trong thành phố rộng lớn này! Tôi quyết định: Mình sẽ là khuôn mặt thân thiện ấy.

Sau những thành công bước đầu khi tìm nhà cho thuê, tôi đã thành lập công ty Citi Habitats. Mục tiêu của tôi là xây dựng một công ty môi giới nhà đất nổi tiếng ở Manhattan bằng cách nắm giữ thị

trường của những người thuê nhà trẻ tuổi. Khi phát triển mối quan hệ với những người mới thuê nhà lần đầu, tôi biết mình có thể rèn luyện và tồn tại, phát triển trong ngành này. Tôi đã có bài học cho riêng mình - người chỉ có 1.500 đô la để thuê nhà hôm nay có thể trở thành người mua nhà 2 triệu đô la vào hôm sau.

Điều quan trọng là bạn phải xây dựng mối quan hệ với khách hàng của mình và thường xuyên chăm sóc nó. Cũng có nghĩa là bạn phải coi ngành bất động sản như một ngành công nghiệp dịch vụ thực sự. Bước đầu tiên là phải lịch sự và biết ơn khách hàng, dù rằng họ quyết định có hay không thuê nhà của bạn. Điều này nghe có vẻ đơn giản, thế những hầu như các môi giới thường để lại ấn tượng không tốt cho lắm. Hào phóng và luôn mỉm cười sẽ đưa bạn tiến xa trong ngành công nghiệp dịch vụ này.

Bước thứ hai là phải thể hiện thiện chí với khách hàng - những người thuê nhà. Chủ nhà, những người gác cổng, và nhân viên phục vụ cũng cần góp phần xây dựng mối quan hệ tốt đẹp giữa ta và khách hàng. Họ giữ vai trò quan trọng như nhau trong vụ giao dịch. Tôi đã xây dựng cho mình một hệ thống nguyên tắc nhằm duy trì quan hệ với những người đó. Khi họ tìm đến tôi cả trong những ngày nghỉ, tôi biết rằng mình đã thành công.

Tiếp theo, tôi vạch kế hoạch cẩn thận để đảm bảo rằng không một khách hàng nào rời bỏ tôi. Kể cả khi vụ giao dịch đã kết thúc, tôi cũng không ngừng lại. Một phần của chiến lược tạo ra những doanh nghiệp riêng lẻ trong tổ chức của chúng tôi là duy trì mối quan hệ với khách hàng và đối tác của mình. Với khách hàng, chúng tôi còn cung cấp thêm dịch vụ chuyển nhà, gác cửa, khuôn đồ...; điều đó giúp đảm bảo rằng chúng tôi vẫn còn liên quan và hữu ích với họ rất lâu, sau khi họ đã kí hợp đồng thuê nhà. Với chủ nhà và các nhà phát triển, những báo cáo đều đặn về thị trường và các dịch vụ marketing hiện có là nguồn thông tin quí báu của chúng tôi. Mục tiêu của tôi là duy trì tầm quan trọng của mình với khách hàng và đối tác của mình. Tôi cũng biết rằng những khách hàng hôm nay có thể trở thành người cung cấp tin tức cho mình vào hôm sau. Trước đó, chưa có ai sử dụng mô hình này và tôi quyết tâm đưa nó vào hiện thực. Việc sẵn sàng chớp cơ hội và thử sức với cái mới là vô cùng quan trọng với bất kì doanh nghiệp bất động sản nào.

Bí quyết để mô hình này trở thành hiện thực là bạn cần một hệ

thống tổ chức hoạt động hiệu quả và tiên phong thực hiện nó. Hệ thống này cần những cơ sở dữ liệu chi tiết với hàng ngàn cái tên - những chủ nhà cũ, bạn bè của chủ nhà và tất cả những người chúng ta không thường xuyên nghe tới. Chẳng có lý do nào ngăn cản một đối tác trở thành khách hàng trung thành hay những người cung cấp tin tức giá trị cả. Citi Habitats có hơn 20 văn phòng ở Manhatta, với hơn một ngàn nhân viên và trở thành doanh nghiệp đi đầu trong việc sử dụng công nghệ Website. Mặc dù một vài biện pháp marketing của công ty chúng tôi đi ngược lại truyền thống và đôi khi làm ảnh hưởng tới lợi nhuận nhưng chúng là đặc điểm vô cùng quan trọng để phân biệt Citi Habitats với đối thủ của mình. Nhờ đó, Citi Habitats trở thành công ty môi giới nhà ở được chú ý nhất ở Manhattan - đó cũng là mục tiêu mà tôi đã đặt ra.

39. Cơ hội luôn tồn tại

DOROTHY HERMAN
Dorothy Herman là Chủ tịch và CEO của Prudential Douglas Elliman, một hãng kinh doanh bất động sản phát triển nhất và lớn nhất ở thành phố New York.

Tôi khởi đầu sự nghiệp của mình vào đầu những năm 1980. Ngày đầu tiên đi làm, tôi đến gặp sếp của mình để được hướng dẫn về công việc. Sau khi động viên rằng tôi có thể làm rất tốt công việc của mình, ông đã khuyên tôi một điều mà tôi không bao giờ quên. Ông nói: "Đây là một công việc và công việc này có thể giúp cậu kiếm sống. Nếu cậu muốn trở nên giàu có và dư dả về tài chính, cậu không thể chỉ bán có bất động sản; đích thân cậu phải đầu tư vào nó. Hầu hết những triệu phú tự tay làm nên ở đất nước này đều làm giàu từ bất động sản. Vậy hãy bắt đầu đi."

Tôi trả lời rằng: "Tỉ lệ lãi suất bây giờ là 18%; đây chưa phải là thời điểm thích hợp."

Ông đã nói: "Không bao giờ có thời điểm không thích hợp để mua bất động sản. Vào thời điểm tốt, mọi người than phiền về vụ giao dịch mà họ đã bỏ lỡ. Vào thời điểm tồi tệ, họ lại khẳng định rằng họ không thể mua lúc giá cao thế này, giá sẽ hạ và vì thế, đây không thể là vụ đầu tư có lời."

Tôi đã học được bài học là bạn có thể làm giàu ở bất kì thị trường bất động sản nào, dù xấu hay tốt. Cái bất biến, cái duy nhất đã thay đổi. Khi thị trường thay đổi, nó mang tới những cơ hội mới và khác nhau. Bạn chỉ phải tìm kiếm nó mà thôi. Thời điểm tồi tệ để mua bất động sản không tồn tại, miễn là bạn chọn được một chiến lược phù hợp.

Hai mươi lăm năm sau, tôi vẫn khuyên mọi người như vậy. Và theo thời gian, nó vẫn luôn đúng.

40. Hãy để hai bên tham gia cùng cảm thấy vui vẻ

THOMAS J. HUTCHISON III

Thomas J. Hutchison là CEO của Liên hợp CNL Hotels & Resorts, một trong những tơ rớt lớn nhất nước Mỹ về đầu tư bất động sản, đặc biệt là trong lĩnh vực nhà nghỉ.

Trong kinh doanh bất động sản, một vụ giao dịch chỉ thành công khi kết thúc vụ giao dịch, cả hai bên tham gia đều cảm thấy mình đã đạt được điều mong muốn. Tất cả các thành phần trong vụ giao dịch đều là người chiến thắng; tất cả các bên đều thực sự cảm thấy rằng mình đã chiếm ưu thế. Đây chính là nghệ thuật và phút thư giãn trong kinh doanh, là khúc nhạc khuấy động những vụ giao dịch cùng kiểu lặp đi, lặp lại trong nhiều năm và những mối quan hệ lâu dài dựa trên nguyên tắc trung thực, tôn trọng và tin tưởng lẫn nhau.

Tại sao trong giao dịch bất động sản, nguyên tắc này lại có ý nghĩa quan trọng đến vậy? Làm sao bạn có thể đoán được yêu cầu của phía bên kia?

Vào cuối mỗi ngày, tôi luôn mong có ấn tượng tốt về vụ giao dịch mà chúng tôi vừa thực hiện. Khi mua bất động sản, nếu bạn cứ cố dùng mưu mẹo để cướp không món hàng, người bán sẽ thua. Nếu đòi hỏi quá nhiều, bạn cũng có thể gặp thất bại bởi chẳng bao giờ bán được. Vì vậy, để thành công trong lĩnh vực này, bạn nên đề ra những nguyên tắc riêng phù hợp với mình và kiên quyết thực hiện theo. Hãy lùi lại một bước, đi chậm lại, và tổng hợp tất cả những yếu tố bạn cần để có thể khơi gợi ý thức kỷ luật của riêng bạn. Với tôi, chúng là:

- Cẩn trọng xem xét tình huống
- Phân tích và đánh giá những giải pháp khác nhau
- Hệ thống hoá những ý kiến hợp lý và những mục tiêu kết quả

- Đánh giá yêu cầu của cả hai bên, thể hiện bằng chiến lược thuyết phục
- Lựa chọn những người sáng suốt và tài giỏi nhất ở bên mình.

Khi cơ hội tới, tôi không ngần ngại rời bàn làm việc để nhấm nháp một tách cà phê hay đi dạo. Điều đó cho phép tôi suy nghĩ và đánh giá vấn đề chính xác hơn. Quyết định là nhân tố quan trọng bậc nhất đảm bảo sự thành bại trong kinh doanh bất động sản. Nếu bạn muốn chắc chắn rằng những quyết định đó phản ánh chính xác suy nghĩ của bạn, có thể giúp bạn thu lợi cho công việc kinh doanh và tương lai sau này thì bạn cần phải cân nhắc thật sự kỹ lưỡng.

Bạn cần phải rèn luyện bản thân mình trở thành một người biết lắng nghe hãy đánh giá những phản ứng đầu tiên của bạn, thách thức sức mạnh trí tuệ của bạn và quan trọng hơn tất cả, hãy tin tưởng vào lương tâm của mình. Khi tôi lắng nghe đối tác của mình, tôi thường chăm chú nghe với cả bộ óc, trái tim và khí phách của bản thân. Đôi khi, những cơn bốc đồng khó hiểu có thể tác động đến quyết định của bạn. Để loại bỏ chúng, bạn cần phải có thêm kinh nghiệm và nhận thức sâu sắc về mọi việc.

Trong mấy năm vừa qua, một trong số những vụ giao dịch then chốt và mang về lợi nhuận nhiều nhất cho công ty của tôi được khởi nguồn từ một cú điện thoại hay những câu chuyện phiếm trên bàn ăn. Từ những gì công ty của tôi đã đạt được, chúng tôi có thể khẳng định rằng, những ngôi nhà hay mảnh đất tuyệt vời nhất không phải lúc nào cũng được rao bán trên thị trường. Trên thực tế, có rất nhiều chủ đất chỉ chấp nhận lời chào giá của những người quen biết, họ cũng chỉ xử sự công bằng và giữ lời với những người đó. Đây chính là kết quả của việc duy trì những mối quan hệ tốt đẹp giữa bên mua và bên bán trong nhiều năm.

Tình cờ, bạn ngồi ăn tối cùng vợ trong một khu nghỉ mát, bạn nói với cô ấy rằng: “Anh nghĩ là chúng ta có thể mua khu đất này vào một ngày nào đó,” và chỉ vài tháng sau, bạn biến điều đó trở thành sự thật, trước cả khi nó được rao bán trên thị trường. Đó chính là biểu hiện của sức mạnh ẩn sâu dưới những mối quan hệ kinh doanh vĩ đại.

Làm thế nào để phát triển và củng cố các mối quan hệ trong ngành công nghiệp bất động sản này? Ngay từ ngày đầu đi làm, bạn

phải luôn tâm niệm rằng: Mỗi người bạn gặp đều có khả năng trở thành một trong những "tài sản" giá trị nhất trong sự nghiệp của bạn. Ngành kinh doanh bất động sản được phát triển dựa trên mối quan hệ hữu cơ giữa nhiều cá thể, nó mang tính chu kỳ và truyền qua nhiều thế hệ, do dó, bạn không thể chỉ ru rú trong cái xó của mình. Bạn không nên tách biệt mạng lưới đồng minh với đối thủ của mình. Hiểu biết nhiều về đối thủ giúp bạn dễ thành công hơn và khả năng đạt mục tiêu của bạn cũng lớn hơn.

Xây dựng một mối quan hệ không phải là việc đơn giản; nó cần sự cố gắng của cả hai phía. Một lần, khi mới chập chững vào nghề, tôi yêu cầu trợ lý đặt cho mình một vé máy bay ở khoang hạng nhất; thật tình cờ, tôi lại ngồi ngay sát ghế của CEO một công ty thiết kế nội thất mà tôi rất mong được gặp mặt. Chuyến bay trong 3 giờ đồng hồ đó là khởi đầu của tình bạn kéo dài hơn 30 năm của chúng tôi. Sau đó, công ty của tôi nhận được rất nhiều hợp đồng lớn từ công ty của ông.

Sau gần 35 năm làm việc trong lĩnh vực bất động sản, tôi hay suy nghĩ về sự công bằng và trung thực trong những vụ giao dịch đã được tiến hành; tôi cũng nghĩ đến sự giàu sang mà hai bên tham gia ký kết nhận được. Mẫu số chung của sự thành công chính là sức mạnh vô hình của việc duy trì những mối quan hệ, chứ không phải là khát vọng giành thắng lợi và thu lời nhiều trong mọi vụ giao dịch.

41. Hãy tham gia vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản

THOMAS J. HYNES JR

Thomas Hynes là Chủ tịch của công ty Meredith & Grew, một doanh nghiệp chuyên cung cấp các dịch vụ về nhà đất, có trụ sở đặt tại thành phố Boston.

Lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng nhận được rất đơn giản và rõ ràng: "Hãy kinh doanh bất động sản. Boston rất có tiềm năng phát triển và cháu nên gia nhập thị trường này." Bác của tôi, John B. Hynes, người sau này trở thành thị trưởng của Boston, đã nhiều lần nói với tôi những lời đó.

Từ khi bác tôi đắc cử vị trí thị trưởng Boston, nhiệm kỳ 4 năm (từ 1949 đến 1960), cả gia đình tôi luôn đắm chìm trong không khí chính trị của thành phố. Năm 1961, tôi tốt nghiệp Đại học Boston và gia nhập quân đội Mĩ với hàm thiếu uý. Khi được nghỉ phép về thăm nhà, tôi đã đến chơi với bác để được nhận lời khuyên về sự nghiệp.

Là thị trưởng thành phố, John B. Hynes đã cấp phép kinh doanh cho công ty Bảo hiểm Prudential và công ty đó đã xây dựng khu liên hiệp văn phòng lớn đầu tiên ở Boston từ sau cuộc Đại suy thoái. Ông dẫn giải thêm, nhờ những cố gắng của mình, hàng năm ông được trả 20 ngàn đô la để giám sát công việc của Jack Fallon, một môi giới trẻ tuổi thuộc công ty R.M. Bradley, khi anh ta kiếm hàng triệu đô la từ việc cho thuê và quản lý các đại lý cho liên hiệp.

Bác tôi còn nhấn mạnh rằng nếu tôi không thuộc tốp mười sinh viên có kết quả tốt nghiệp cao nhất của trường Đại học Luật Harvard, thì tôi không thể xin việc ở bất cứ công ty luật có chút tiếng tăm nào trong thành phố, sự thực là có rất nhiều luật sư trẻ chỉ đủ sống bằng nghề này. Nếu tôi không giàu có thì sự nghiệp của một chính trị gia có thể gây rất nhiều áp lực về kinh tế cho gia đình nhỏ của tôi. Tuy nhiên, thị trường bất động sản có tiềm năng phát triển vô cùng lớn.

Tôi hết nghĩa vụ đi lính và bắt đầu theo học trường luật. Mùa hè năm thứ nhất, tôi kiếm việc làm thêm - việc phá dỡ các toà nhà. Hồi đó chưa có luật cho phép sinh viên được đi thực tập ở các công ty và tôi cũng cần tiền để trang trải học phí cho năm học tới. Phá huỷ các toà nhà là một công việc cực kỳ nguy hiểm và đôi khi, trong lúc làm việc, tôi bắt đầu mơ về sự nghiệp chính trị của mình, mơ đến ngày được tham gia tranh cử. Với một ít thu nhập từ lương cho những người hoạt động trong lĩnh vực Luật pháp, tôi chỉ đủ chi trả cho việc học ở trường luật, nói gì đến theo đuổi sự nghiệp chính trị.

Sau khi một đồng nghiệp của tôi, chỉ đứng cách tôi có 10 feet , bị chết trong khi làm việc, tôi đã suy nghĩ gần một tuần và quyết định rằng tôi sẽ bắt đầu chiến dịch tranh cử. Ngày hôm sau, tôi ăn mặc rất chỉnh tề và đi tới văn phòng của bác John để thông báo với bác rằng, tôi đang có ý định tranh cử vào Toà án Great & General ở Massachusetts. Ông nhẹ nhàng nói rằng tôi sẽ thua vì tôi đang phải đấu với người đương nhiệm nhiệm kỳ đầu. Khi viết tặng tôi một tấm séc trị giá 100 đô la để dùng cho chiến dịch bầu cử, ông dặn tôi rằng: “Hãy nhớ những lời bác đã nói về kinh doanh bất động sản.”

Chúng tôi đã tiến hành một chiến dịch tranh cử thật rầm rộ. Cuối cùng, tôi về thứ hai trong số 13 ứng cử viên. Tuy nhiên, tôi đã thua và phải đối mặt với món nợ khổng lồ dùng cho chiến dịch cùng với thực tế là không được quay trở lại trường Luật. Bác tôi lại hỏi: “Bây giờ cháu đã nghĩ tới việc kinh doanh bất động sản chưa?” Câu trả lời của tôi là: “Cháu cho rằng ý kiến đó thật tuyệt. Cháu nên bắt đầu từ đâu ạ?” Đầu tiên, bác khuyên tôi nên gọi điện cho Jack Fallon. Tôi đã gặp Jack và nhanh chóng phát hiện ra rằng anh ta có tất cả những điều mà bác tôi từng miêu tả: một anh chàng cao lớn, bảnh trai và thích giao du; một người từng kiếm được hàng triệu đô la từ kinh doanh bất động sản...; một nhà môi giới có quyền lực trong thập niên 1960. Tôi sẵn sàng làm việc cho anh ta nhưng Jack chẳng bao giờ gọi lại cho tôi.

Bác tôi đã gọi cho một người bạn khác, Tom Horan - hiện đang làm việc cho công ty Meredith & Grew, ông đã xây dựng Khu liên hiệp bảo hiểm cho khách du lịch ở Boston. Sau khi gặp ngài Horan, tôi hoàn toàn bị thuyết phục rằng Meredith & Grew chính là nơi dành cho tôi. Tuy nhiên, đối tác của ngài Horan lại hỏi tôi rằng: Ngoài việc phá huỷ các toà nhà, tôi còn biết gì khác về kinh doanh bất động sản? - đây không phải là một lời tiếp đón thân thiện. Vài tuần qua đi, một lần nữa chẳng có ai gọi điện cho tôi cả. Tôi tiếp tục chờ đợi và sau đó,

trong giây phút tuyệt vọng, tôi gọi điện đến công ty Meredith & Grew. Cuộc điện thoại đó đã tạo cho tôi cơ hội được trở lại làm việc và mở ra một con đường mới. Tôi bắt đầu làm việc ở Meredith & Grew từ năm 1965 và cảm thấy rất vui với những cơ hội kinh doanh mà tôi có được khi làm việc ở công ty.

Kinh nghiệm khi tham gia ứng cử cũng giúp ích rất nhiều cho tôi. Tôi đã từng gõ cửa hàng trăm ngôi nhà để xin họ bỏ phiếu cho mình. Nhờ đó, thật là đơn giản khi đi tới từng nhà và hỏi xem liệu họ có cần chúng tôi giúp giải quyết các rắc rối về bất động sản của họ hay không? Một yêu cầu khác khi làm chính trị là gặp gỡ nhiều người thuộc mọi tầng lớp xã hội; và kinh doanh bất động sản cũng đòi hỏi điều này.

Tôi luôn biết ơn những lời chỉ dẫn và những kiến thức mà bác, thị trưởng John B. Hynes, từng truyền cho tôi. Bác đã giúp tôi đi đúng hướng và dẫn dắt tôi đến với bất động sản. Khi kinh doanh bất động sản, tôi học được cách nhận biết thời điểm mình phải thay đổi hướng đi, khi nào tôi cần kiên trì và tôi cũng học được rằng: đôi khi, mình phải chấp nhận mạo hiểm.

Rõ ràng là bác John đã cho tôi lời khuyên tuyệt nhất trong cuộc đời.

42. Đừng bao giờ bộc lộ cảm xúc; hãy kiên nhẫn; và chăm chỉ

EREZ ITZHAKI

Erez Itzhaki là người sáng lập và CEO của Liên hợp Itzhaki Properties NY, một công ty môi giới chuyên cung cấp các dịch vụ nhà đất. Ông đã từng quản lý công ty bất động sản của mình ở Israel.

Nguyên tắc đầu tiên trong kinh doanh bất động sản là đừng bao giờ bộc lộ cảm xúc của mình. Rõ ràng là bạn chẳng thu được lợi lộc gì khi tỏ ra giận dữ hay thất vọng, nhưng tôi tin rằng bạn cũng gặp hiểm hoạ tương tự khi bộc lộ sự kích động của mình. Thiếu tự tin ở mức độ nào, bộc lộ hay không bộc lộ, tất cả đều hạn chế khả năng thành công. Theo ý tôi thì tất cả các thoả thuận, dù to hay bé, đều dựa trên các con số và khi tất cả những người tham gia đều được đối xử công bằng, các vụ giao dịch, đơn giản chỉ còn là cách phát âm những con số này.

Vậy chúng ta có thể dễ dàng giải thích lý do tại sao cảm xúc lại không phù hợp tí nào khi bạn luôn luôn trung thực trong giao dịch. Không nên sử dụng đường tắt. Trung thực và sáng tạo là những nhân tố then chốt, vì cuối cùng thì việc kinh doanh bất động sản cũng được duy trì nhờ mạng lưới các mối quan hệ mà bạn có và danh tiếng mà bạn tạo được.

Một bước quan trọng nữa mà tôi hay làm - rõ ràng không phải ai cũng tiến hành bước này - đó là chọn thời điểm thích hợp. Tôi không thích là người mở đường. Vâng, đúng là có rất nhiều người và công ty khá giỏi trong việc đánh giá tình hình, dự đoán nơi có tiềm năng phát triển và hành động dựa trên những tính toán đó. Những người từng mua nhà hay đất gần Trung tâm thương mại thế giới sau sự kiện 11/9 là ví dụ điển hình về những người có trực giác tốt, có khả năng dự đoán tình hình chính xác.

Mặc dù vậy, tôi vẫn nghĩ rằng, tốt hơn hết là ta nên đi theo người dẫn đầu. Ví dụ, khi buôn bán bất động sản, tôi có xu hướng chờ cho

đến khi các đại lý bán lẻ có doanh thu cao hành động. Đây là dấu hiệu của "chu kỳ thứ hai", có nghĩa là lúc này, tiền lời sẽ rất lớn. Và tất nhiên là ra tay đúng lúc cũng quan trọng không kém gì việc chờ đợi thời cơ. Tôi cố gắng để mình không phải là người đầu tiên, cũng không phải người cuối cùng hành động.

Nếu một trong số các con tôi ước mơ được gia nhập vào sân chơi bất động sản (khi tôi viết đến đây, vợ tôi thực sự mong điều này sẽ trở thành sự thật), tôi sẽ khuyên con một điều vô cùng đơn giản, đó là: kiên nhẫn, kiên nhẫn và kiên nhẫn. Làm việc chăm chỉ - 7 ngày một tuần - và tự tạo cơ hội cho mình, vì thông thường chỉ có một trong số mười cơ hội hiển hiện trước mắt bạn. Dù vậy, vào cuối mỗi ngày, hãy vui lòng chờ đợi, chờ đợi và chờ đợi. Tôi nghĩ, đó là lý do tại sao xúc cảm thật nguy hiểm và trung thực là điều quan trọng.

43. Học cách chờ đợi

CHARLES JACOBUS

Charles Jacobus là tác giả, nhà sư phạm, giám đốc công ty bảo hiểm danh tiếng, và là một luật sư bất động sản đã được Ủy ban Houston, bang Texas cấp giấy chứng nhận.

Khi những tay nghiệp dư bắt đầu đầu tư vào lĩnh vực bất động sản, bạn nên dừng kinh doanh một thời gian.

Những nhà đầu tư bất động sản thành công thường được kinh nghiệm trợ giúp rất nhiều. Sau mỗi lần thất bại, bạn sẽ có thêm những bài học quý báu giúp đánh giá chính xác giá trị của các cơ hội. Tuy nhiên, không phải chỉ trong một sớm một chiều mà bạn đã tích luỹ được kinh nghiệm. Khi mọi người thấy việc đầu tư bất động sản có vẻ dễ dàng và thu lợi cao, họ sẽ nghĩ rằng mình có thể đầu tư vào nhà đất mà không cần phải xem xét đến những mục tiêu và chiến lược truyền thống. Các nhà đầu tư nghiệp dư chỉ mong "ngồi mát ăn bát vàng". Họ thường phóng đại thị trường thực, cho rằng mọi thứ đều đang lên giá. Họ phân tích thị trường rất ít và cũng chẳng có chiến lược mua bán nào cả. Khi số lượng những tay đầu tư mua vào quá nhiều, thị trường giả sẽ dần xuất hiện. Những tay nghiệp dư cũng không có vốn quay vòng; điều này có thể làm cho thị trường giả bị sụp đổ. Như mọi người thấy thị trường bất động sản có tính chu kỳ. Khi thị trường sụp đổ, những kẻ mơ mộng, thiếu thực tế đành phải chấp nhận lỗ vốn và bán tống, bán tháo số bất động sản mình có. Ngay lập tức, những nhà đầu tư bất động sản chuyên nghiệp sẽ lập tức nắm bắt cơ hội và mua vào với giá rẻ. Chiến lược chờ đợi mang về cho họ nguồn lợi nhuận khổng lồ nhờ mua được bất động sản với giá rẻ. Như vậy, khi những tay nghiệp dư đầu tư vào thị trường, đó chính là lúc bạn nên chờ đợi cơ hội mà bạn biết chắc là nó sẽ tới.

44. Hãy hành động để có một vụ giao dịch ưng ý

OZZIE JUROCK

Ozzie Jurock viết về việc dạy và mua bán bất động sản. Ông là người phụ trách chuyên mục bất động sản cho tờ Vancouver Sun và Kinh doanh ở Vancouver, đồng thời là tác giả của cuốn "Hãy quên vị trí, vị trí, vị trí của nơi đó đi". Tạp chí Vancouver đã xếp ông vào danh sách 45 người tài trí nhất Vancouver, bang British Columbia, Canada.

Lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng nhận được là từ người quản lý chi nhánh đầu tiên của tôi vào năm 1968. Đó là: "Với mỗi người, từ "thị trường có lợi" hay "thị trường không có lợi" không tồn tại mà chỉ có một điều là: liệu anh ta đã tiến hành một vụ giao dịch có lời hay không có lời mà thôi."

Mọi người luôn muốn biết đó là thị trường có lợi hay không có lợi? Trong 35 năm qua, tôi đã nghe rất nhiều về thị trường bong bóng, thị trường nóng, thị trường người bán và thị trường người mua. Tuy nhiên, bạn hiểu gì về những thị trường này. Dù là thị trường nào thì chủ nhà của những ngôi nhà trung bình cũng làm tốt hơn bất cứ nhà đầu tư nào khác.

Nhận thức được mình là ai

Để có thể kinh doanh bất động sản thành công, bạn cần phải tìm được những vụ giao dịch có lời, bạn cần phải có quyết tâm hành động và nhận thức được mình là ai - một tên bất lương, một kẻ cơ hội, hay một nhà đầu tư?

Bạn có muốn:

- Tiến hành nhanh gọn vụ giao dịch và kiếm lời nhanh chóng?

- Xây dựng một kế hoạch đầu tư lâu dài?
- Tạo thu nhập thụ động lâu dài?

"Kẻ bất lương" là những tên rất nguy hiểm và dũng cảm. Anh ta kiếm lợi từ nỗi bất hạnh của người khác. Dù ở thời điểm nào, thuận lợi hay khó khăn, "tên bất lương" cũng có khả năng tìm kiếm một ai đó đang cần bán gấp tài sản với giá rẻ mạt. Lý do có thể là ốm đau, bệnh tật, chết chóc, ly dị, thay đổi chỗ làm, chuyển hướng kinh doanh, mất việc, phá sản hay là vì một ai đó trở nên quá tham lam, quá ngốc nghếch hoặc một người đã chán kinh doanh. Thời điểm tồi tệ chỉ khiến cho việc tìm kiếm tồn tại khó khăn hơn chút đỉnh; nhưng trên thị trường luôn có mặt những người bán kiểu này. Nếu bạn muốn mua những tài sản bị tịch thu để trả nợ, bị đem đấu giá hay trường hợp tương tự, có thể bạn sẽ phải ra hầu toà. Hãy cân nhắc thận trọng, học cách vừa bình tĩnh, sáng suốt, vừa mua được nhà với giá rẻ.

"Kẻ cơ hội" đứng ở phía bên kia bàn cân. Với anh ta, thời điểm thuận lợi cộng với thị trường giá lên và hiện tượng lạm phát tăng nhanh là cơ hội tuyệt vời nhất. Nhưng thậm chí là trong thị trường đứng yên không có lạm phát, anh ta vẫn có thể tìm được cơ hội làm ăn cho mình; anh ta chỉ phải làm việc vất vả hơn một chút và chờ đợi cơ hội đến với mình lâu hơn một chút.

Trong thị trường lạm phát giá lên, những "kẻ cơ hội" có xu hướng lùi ra, đứng ngoài cuộc và chờ đợi. Đó là do họ đã áp dụng "Lý thuyết về những kẻ ngốc nghếch hơn" - Một tên ngốc nghếch hơn sẽ xuất hiện để mua tài sản của bạn và mang lại lợi nhuận cho bạn; mọi việc sẽ luôn ổn nếu bạn không phải là kẻ ngốc nhất trong bọn.

Vâng, bạn có thể vừa là "tên bất lương" vừa là "kẻ cơ hội". Cả "tên bất lương" và "kẻ cơ hội" đều cần có khả năng nhận biết các tín hiệu, hiểu chúng một cách chính xác và sau đó, hành động thật quyết đoán. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng, cả "tên bất lương" và "kẻ cơ hội" đều không thích những vụ giao dịch bình thường; họ thích những vụ đặc biệt.

Nếu bạn muốn trở thành một "tên bất lương" hay một "kẻ cơ hội", bạn cần phải tự hỏi rằng liệu bạn có xác định được ranh giới giữa đạo đức và kinh doanh hay không. Vì "tên bất lương" thường kiếm lợi từ nỗi đau khổ của người khác và "kẻ cơ hội" lại hay lợi dụng

sự ngu dốt của kẻ khác để thu lợi. Mọi người cần phải chọn đạo đức trong hoàn cảnh có lợi cho họ.

Các nhà đầu tư chỉ bận tâm tìm kiếm những bất động sản có lưu lượng tiền mặt và tiền đặt cọc thấp do sử dụng nguyên tắc cá nhân (Ví dụ: qui tắc 1% - số tiền trả hàng tháng của 1% số tiền mua nhà ban đầu sẽ trả lãi cho món bất động sản được bỏ vốn 100%). Các nhà đầu tư luôn tìm kiếm cơ hội đầu tư an toàn để có thể tạo ra nguồn thu nhập thụ động lâu dài trong tương lai. Ví dụ, một nhà đầu tư có thể mua 5 cư xá, cứ cho là mỗi cái có giá 80.000 đô la với 800.000 đô la lợi tức hàng tháng và không phải chi trả gì thêm. Sau 8 năm sở hữu chúng, mãi mãi về sau này, hàng tháng, nhà đầu tư sẽ được hưởng 4.000 đô la lợi tức (4.000 đô la sẽ trả lãi cho món nợ 1 triệu đô la).

Những "tên bất lương" và "kẻ cơ hội" mua bất động sản ở mọi nơi. Họ chỉ tiến hành một vụ giao dịch trong vòng từ 3 đến 6 tháng. Các nhà đầu tư phải mua khi chỉ số lợi tức thuê nhà trùng với giá tiền họ phải trả. Các nhà đầu tư tìm kiếm môi trường làm việc tốt như vùng ngoại ô hay các thị trấn nhỏ. Nói chung, về khoản thời gian thì các nhà đầu tư có biểu hiện tốt hơn những "kẻ bất lương" và "kẻ cơ hội".

Còn tin xấu là gì? Dù bạn quyết định trở thành ai đi nữa thì "kẻ đầu cơ", "kẻ cơ hội" hay Nhà đầu tư cũng đều phải làm một số việc sau: không có cố vấn, cũng chẳng có món bất động sản hay "thị trường" nào kiếm cho bạn một vụ giao dịch tuyệt vời. Bạn phải tự thực hiện điều đó. Thị trường chẳng có gì liên quan ở đây. Quyết tâm học tập và phát triển là tất cả mọi thứ bạn có.

Tìm hiểu thị trường tại chỗ

Một số điểm nữa cần lưu ý:

- Thị trường bất động sản - không giống như thị trường chứng khoán - mang bản chất địa phương. Hiện tượng mọi người thi nhau bán vàng xảy ra vào tối hôm trước ở Hồng Kông có thể ảnh hưởng tới giá vàng ở New York hôm nay. Thế nhưng, thị trường bất động sản ở Hong Kong biến động không có nghĩa là giá nhà đất ở San Francisco cũng thay đổi theo. Hãy nắm vững thị trường

tại chỗ của mình.

- Điều quan trọng không phải là vị trí, vị trí và vị trí. Bất động sản mang tính địa phương và biến động theo chu kỳ. Cuối những năm 1980, bạn có thể mua hàng loạt khu đất có vị trí tuyệt vời ở New York, San Diego, và hàng ngàn địa điểm khác để rồi cuối cùng, bạn mất sạch cơ nghiệp. Bạn cũng có thể đã mua bất cứ tài sản gì, ở bất cứ đâu và trong 4 năm qua, bạn phát đạt rất nhanh nhờ những khu đất ở cùng một vị trí. Với rất nhiều người thì vị trí gần như không quan trọng bằng việc biết đích xác chu kỳ đã quay được bao lâu và vị trí hiện tại của chu kỳ thị trường tại chỗ.

- Bạn kiếm được nhiều tiền nhất vào ngày bạn mua. Dù bạn đang ở trong thị trường nào thì bạn cũng sẽ luôn kiếm được nhiều tiền nhờ sự cần cù, khả năng đánh giá sắc sảo và quyết tâm hành động của bạn.

- Cuối cùng, chất lượng cuộc sống không phải được quyết định bởi trình độ hiểu biết của bạn, mà bởi những hành động bạn làm.

45. Hãy cẩn thận khi mạo hiểm và thư giãn

BRUCE KARATZ

Bruce Karatz là Chủ tịch và CEO của KB Home, một trong những công ty xây dựng nhà lớn nhất nước Mỹ và nước Pháp. Công ty này từng được tạp chí May mắn bình chọn là công ty xây dựng nhà số 1 trong danh sách "Những công ty được ngưỡng nhất ở Mỹ".

Khi tôi được chỉ định sang Paris làm giám đốc và có nhiệm vụ tiếp quản các hoạt động của KB Home ở Pháp, do biết rằng tôi không biết lấy một chữ tiếng Pháp nên người quản lý văn phòng ở đây cho rằng tôi cần một trợ lý biết nói tiếng Anh, để có thể phiên dịch giúp tôi khi cần.

Đây là một lời đề nghị hấp dẫn và chắc chắn sẽ là một lựa chọn dễ dàng, thoải mái. Tuy nhiên, trong kinh doanh - và đặc biệt là trong lĩnh vực bất động sản - việc đưa ra những lựa chọn khiến bạn không thoải mái mới là việc quan trọng hơn. Vì thế với một chút băn khoăn, tôi đã cho người phiên dịch nghỉ việc. Sau nhiều lần vượt qua những phút nản lòng khủng khiếp, tôi đã trở thành một lãnh đạo tốt. Nếu bạn chỉ biết loanh quanh trong khu vực mà mình thấy thoải mái, bạn sẽ không bao giờ dám táo bạo đánh cược cuộc sống của mình. Đây mới là cơ sở khẳng định bạn là ai và bạn có thể tiến xa được đến đâu.

Một mô hình kinh doanh

Có hướng đi đúng và hướng đi sai khi mạo hiểm trong kinh doanh. Bất động sản vốn là một trò chơi mạo hiểm; bạn không cần phải biến nó trở thành một nơi toàn rủi ro nữa. Bạn phải xây dựng một mô hình kinh doanh hợp lý để chỉ dẫn bạn trong quá trình đưa ra quyết định. Một mô hình kinh doanh hoàn hảo chỉnh là động lực thúc đẩy công ty lớn mạnh. Chúng tôi đã mất vài năm để phát triển mô hình của riêng mình (được gọi là “KB Home”), và nó vẫn luôn là

người dẫn đường tin cậy giúp chúng tôi thâm nhập thị trường xây dựng nhà ở thành công.

Mô hình kinh doanh đã giúp chúng tôi tự tin hơn rất nhiều khi mạo hiểm đánh cược tất cả vào quy mô hoạt động của công ty. Vào những năm 1990, có một câu châm ngôn rất phổ biến là: không một công ty xây dựng nào có thể xây quá 20 ngàn ngôi nhà trong vòng một năm. Người ta cho rằng nội bộ các công ty sẽ không thể đáp ứng được các yêu cầu về quản lý, về hậu cần kéo dài và liên tục như vậy.

Tôi không thừa nhận điều đó và nghĩ rằng mình cần mạnh dạn khuếch trương công ty hơn nữa. Tôi phát hiện ra rằng nếu chúng tôi có thể lợi dụng qui mô truyền thống của công ty, tiết kiệm chi phí cho nhân công và sử dụng nguyên vật liệu rẻ hơn, chúng tôi có thể chứng minh với khách hàng rằng: Chúng tôi không phải là một công ty xây dựng bình thường. Khi hội tủ đủ những yếu tố trên, chúng tôi đã có thể cung cấp cho khách hàng rất nhiều lựa chọn với số lượng chưa từng có từ trước đến nay, cho họ cảm giác được hưởng dịch vụ chăm sóc khách hàng thật sự. Ngày nay, tối đa hoá lựa chọn của khách hàng là yêu cầu hiển nhiên; tuy nhiên, cách đây không lâu, mọi người vẫn coi đó là một quan điểm cấp tiến đối với ngành công nghiệp xây dựng nhà ở.

Không để tâm đến câu châm ngôn phổ biến đó, hiện tại, mỗi năm KB Home xây được khoảng 40 ngàn ngôi nhà và cung cấp cơ hội lựa chọn cho khách hàng nhiều hơn bao giờ hết.

Kế hoạch marketing

Tôi cũng liều lĩnh đánh cược vào khâu marketing. Rất ít công ty xây dựng từng cố gắng phát triển một thương hiệu được công nhận trên thị trường tại chỗ, nói gì đến được công nhận ở thị trường toàn quốc. Nhưng tôi cho rằng đối với một công ty xây dựng, việc phát triển thương hiệu cũng chiếm vị trí quan trọng như với bất kì công ty cung cấp sản phẩm tiêu dùng nào khác. Vì vậy, chúng tôi đã lên kế hoạch phát động một chiến dịch lớn nhằm quảng bá cho hình ảnh của công ty. Chiến dịch bao gồm: xây dựng một ngôi nhà với kích thước thực tại lô đất phía sau triển lãm Regis & Kelly ở trung tâm

Manhattan, tạo ra một phiên bản sống động về ngôi nhà của gia đình Simpson tại Las Vegas và gần đây nhất là hợp tác với Martha Steward để xây dựng những ngôi nhà dựa trên cảm quan thiết kế độc đáo của cô. Hiện nay, KB Home là một trong những thương hiệu lớn nhất trong lĩnh vực xây dựng nhà ở. Số khách hàng gọi tên chúng tôi nhiều gấp gần bốn lần so với tổng số lần họ gọi tên thương hiệu của năm đối thủ đứng sau chúng tôi cộng lại.

Một ê - kíp làm việc hiệu quả

Một ê - kíp làm việc hiệu quả sẽ khiến mọi việc đều trở nên dễ dàng. Đó là lý do tại sao tôi không mạo hiểm với chất lượng nhân viên của mình. Tôi cố gắng thuê những người giỏi nhất và đầu tư nhiều tiền để họ thường xuyên cập nhật kiến thức thường xuyên. Hơn 6.500 nhân viên trong KB Home liên kết với nhau bởi niềm đam mê và quyết tâm xây dựng công ty lớn mạnh, kinh doanh thành công và cả những phút thư giãn, giải trí bên nhau. Xét cho cùng, mạo hiểm cũng là giải trí; phát triển cũng là trò vui, xây dựng tiếng tăm cho mình cũng là thư giãn.

Và khi bạn yêu thích tất cả những việc mình làm để kiếm sống, trong cả cuộc đời, bạn sẽ không bao giờ cảm thấy mệt mỏi với công việc.

46. Hãy nắm bắt trí tưởng tượng của người mua

CRAIG KING

Craig King là chủ tịch của Công ty đấu giá J. P. King, một trong những công ty đấu giá bất động sản đắt tiền thành công nhất trong cả nước. Cha tôi, J. P. King, đã khuyên tôi rằng: hãy bán những giấc mơ, đừng bán những thứ tầm thường.

Những thứ tầm thường rất rẻ nhưng những giấc mơ thì vô giá. Nếu bạn đang bán đất, hãy nghĩ xem mảnh đất đó có thể dùng làm gì: cơ sở kinh doanh, nhà ở, trung tâm mua sắm hay nhà dưỡng lão... Hãy nắm bắt trí tưởng tượng của khách hàng và anh ta sẽ không chỉ trả cho bạn thật nhiều tiền mà còn cám ơn bạn vì đặc ân đó.

47. Hãy bảo vệ khách hàng của bạn khỏi chính bản thân họ

MICHELE KLEIER

Michele Kleier là chủ tịch của Gumley Haft Kleier, một trong mười công ty môi giới nhà ở lớn nhất bang Manhattan.

Khi mới chập chững kinh doanh, tôi từng làm việc với một khách hàng trong rất nhiều tháng. Cô ta có "khá là ít" những đòi hỏi "phải có", như phải có rửa và sấy bát, quang cảnh xung quanh phải đẹp, phải có người giữ cửa... Tuy nhiên, cô ta có một điều "phải có" không thể thương lượng được, đó là "tôi phải ở trên Đường 18". Thật may mắn, sau một thời gian làm việc với nhau đó, cuối cùng, tôi đã tìm được một căn hộ hoàn hảo cho cô ta. Một căn bếp rộng với đủ máy rửa và sấy bát, nhà ở trên tầng cao và đối diện với đại lộ Công viên có quang cảnh rất đẹp, một lò sưởi cháy bằng củi... chỉ có duy nhất một vấn đề: Căn hộ nằm cách Đường 18 mười dãy nhà. Tôi nài nỉ cô đến xem nhà nhưng lần nào cô ấy cũng từ chối. Tôi chỉ còn biết lắng nghe.

Một người môi giới khác đã không làm như vậy. Người đó đã sắp xếp cho cô ta đến xem một căn hộ ở đại lộ Công viên và Đường 19. Tuy nhiên, anh ta không cho cô biết là đang đi đâu. Sáu tháng sau, người khách đó đã ký kết, chứng thực vào hợp đồng và được đưa tới bậc thềm của toà nhà mà trước đó cô ta thề là sẽ không bao giờ đặt chân tới. Đây quả là điều sỉ nhục với cả hai chúng tôi. Bạn có tưởng tượng được không? Căn hộ nằm trên đại lộ Công viên và Đường 19 mà cô ta mua đó cũng thuộc toà nhà của tôi.

Thật may, người mua cảm thấy rất ăn năn, cô ấy đã giới thiệu tôi với tất cả những người mà cô biết và chúng tôi dần trở thành bạn tốt của nhau. Nhiều năm sau, khi cô quyết định chuyển tới Hamptons, cô đã cho tôi toàn quyền quyết định số phận của căn hộ. Tôi đã bán nó cho một khách hàng với giá xấp xỉ 3 triệu đô la. Ngày trước, cô bạn tôi chỉ phải trả 250 ngàn đô la để mua căn hộ. Chỉ 4 năm sau, một lần nữa, căn hộ được mang ra rao bán và lần này thì tôi mua. Và tôi chỉ việc bán lại nó với giá 6 triệu đô la.

Cũng như các quí ông, họ thường kết hôn với những phụ nữ ngăm đen sau nhiều năm chỉ hẹn hò với các cô gái tóc hoe, và cuối cùng là tản bộ trên đại lộ Madison với một chú chó con màu trắng dễ thương, trong khi trước đó, họ thề là sẽ không bao giờ để mắt đến chúng. Người mua là những kẻ dối trá. Chỉ có họ là không biết điều đó. Những người chỉ muốn mua những kiến trúc từ thời tiền chiến lại thường là người đầu tiên kí vào hợp đồng mua nhà mới xây; những người luôn cảm thấy mình là hình ảnh thu nhỏ của phương Tây, cuối cùng lại nằm dài trong căn phòng mới của mình và ngắm nhìn biển Đông; những người thích ở trên gác mái với tường gạch và trần bằng đồng lại thường thấy mình trong căn hộ sang trọng trên Đại lộ 5.

Nếu bạn là một môi giới giỏi, bạn sẽ hiểu sở thích của khách hàng rõ hơn họ hiểu bản thân mình. Đôi khi, bạn chỉ phải sử dụng trực giác của mình và nói với họ rằng: “Hãy tin tưởng tôi.”

48. Chuyên môn hoá

ROBERT A. KNAKAL

Robert A. Knakal là Chủ tịch và đồng sáng lập Công ty Dịch vụ bất động sản Massey Knakal, một công ty môi giới bất động sản chuyên về các tài sản đầu tư hoạt động trên khắp New York và các khu vực lân cận.

Lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng nhận được là hãy chọn cho mình một lĩnh vực chuyên môn và phấn đấu trở thành người giỏi nhất. Làm theo lời khuyên đó, công ty của tôi đã thu được bốn cái lợi rõ ràng:

1. Nắm vững kiến thức thị trường
2. Có lợi thế cạnh tranh to lớn
3. Có thể dễ dàng nâng cao chất lượng các dịch vụ của chúng tôi
4. Có nền tảng trở thành công ty môi giới bán nhà đất phát triển nhất ở thành phố New York.

Chuyên môn hoá

Mô hình hoạt động của Massey Knakal đã được chuyên môn hoá cao. Chúng tôi chỉ bán bất động sản; chúng tôi đại diện cho người bán trên cơ sở độc quyền và tuân thủ nghiêm ngặt "hệ thống khu vực". Chúng tôi phân năm khu của thành phố New York thành 86 khu vực; mỗi khu vực có một đại lý. Thành phố New York quá lớn, một đại lý không thể nắm được thông tin về tất cả các khu vực. Vì vậy, tập trung vào một khu vực sẽ giúp các đại lý hiểu biết sâu sắc về thị trường. Nếu một khách hàng có tới ba cơ ngơi ở ba khu vực khác nhau, chỉ trong thời gian ngắn, chúng tôi sẽ nhận được đầy đủ thông tin về thị trường một cách chính xác do các đại lý ở các khu vực này cung cấp.

Tập trung vào một khu vực giúp các đại lý của chúng tôi nhanh chóng lập được hồ sơ thông tin. Nếu các đại lý mới chỉ hoạt động trong khu vực của họ từ sáu đến chín tháng mà bán được ba khu đất hay nhà thì chỉ số tín nhiệm của họ ở thị trường tại chỗ sẽ cao hơn rất nhiều so với một công ty đã hoạt động được hai năm và bán được hơn 20 toà nhà ở 20 khu vực khác nhau.

Một lợi thế khác của hệ thống khu vực là các đại lý có thể nói rõ ràng, cụ thể hơn về một thị trường đặc biệt và về một chủ đề hay vấn đề có liên quan đến khu vực đó. Các đại lý có thể nắm vững thông tin về tất cả những bất động sản đã được bán ra trong hai năm gần nhất: điều kiện của nó, quyền hưởng dụng, lãi suất vốn hoá... Họ cũng ý thức hơn về những dự án phân khu, qui hoạch và phát triển mới. Rất nhiều đại lý của chúng tôi, tuy mới chỉ kinh doanh được một hay hai năm nhưng thường xuyên được các báo và ấn phẩm kinh doanh nổi tiếng nhắc tới trong những câu chuyện về khu vực đó.

Trong giai đoạn mới nổi lên của Massey Knakal, chúng tôi nhận ra rằng, môi giới bất động sản đòi hỏi chúng tôi phải xử lý các việc liên quan đến bất động sản rất ít, mà chủ yếu lại là thông tin. Số lượng và chất lượng của thông tin giúp nâng cao chất lượng dịch vụ của chúng tôi và dần dần vượt xa chất lượng dịch vụ của các công ty đối thủ. Thông tin của chúng tôi chính xác và chi tiết hơn rất nhiều so với thông tin của các công ty khác.

Nhờ nắm vững kiến thức thị trường và có những lợi thế cạnh tranh do kiến thức đó mang lại, Massey Knakal đã trở thành công ty bán bất động sản đầu tư hoạt động hiệu quả nhất (trong số những công ty chỉ tập trung vào thị trường New York). Năm 2005, công ty của chúng tôi đã bán được 572 toà nhà ở thị trường New York, gấp bốn lần doanh số của đối thủ ngay sát chúng tôi. Chúng tôi là một công ty khá nhỏ so với những "người khổng lồ" trong thị trường bất động sản - những công ty hoạt động trên toàn quốc và trong cả khu vực lớn. Nhưng chúng tôi có khả năng tích luỹ thị phần dễ dàng; đó là do chúng tôi đã áp dụng chiến lược chuyên môn hoá và tập trung vào thu thập những thông tin giá trị, chi tiết, và giúp ích cho khách hàng của chúng tôi. Hiện tại, công ty của chúng tôi là công ty bán bất động sản đầu tư lớn nhất ở thành phố New York, nhưng đó không phải là mục đích của chúng tôi. Mong muốn của chúng tôi là trở thành công ty hoạt động hiệu quả nhất, từ đó mà tôi trở thành công ty lớn nhất (khi đã là công ty lớn nhất, bạn có thể không cần phải hoạt động hiệu

quả nhất).

Dựa vào kinh nghiệm vốn có, để trở thành một chuyên gia đã là một phần quan trọng trong mô hình và sự thành công của chúng tôi. Khi mọi người hỏi chúng tôi làm thế nào để bắt đầu mua bất động sản, hay: một chiến lược tốt thì đòi hỏi những gì, chúng tôi luôn khuyên họ chọn lấy một khu vực mà họ thích và tìm hiểu các thông tin về nó để thấy rằng khu vực đó có nhiều ưu điểm hơn bất cứ khu vực nào khác. Họ có thể làm thế bằng cách đi dạo trên đường, nói chuyện với người chủ sở hữu, tham dự các buổi họp dân phố, đi hội chợ đường phố...

Đừng bao giờ nói xấu đối thủ

Một lời khuyên nhỏ nữa đã góp phần quan trọng vào sự thành công của Massey Knakal là: không bao giờ được nói xấu đối thủ của mình. Chúng tôi tin rằng đó là biểu hiện của sự tuyệt vọng và cảm giác không an toàn. Chúng tôi luôn tập trung vào sức mạnh và lợi thế cạnh tranh của các dịch vụ do công ty mình cung cấp so với dịch vụ của các công ty khác mà không cần phải truyền đi những thông điệp tiêu cực như vậy. Nếu bạn thực sự tự tin về công ty của mình, bạn có thể chứng minh được: Tại sao chính công ty của bạn, chứ không phải bất cứ công ty nào khác, xứng đáng giành được hợp đồng?

49. Kiếm tiền khi mua chứ không phải là khi bán bất động sản

TOM KUNZ
Tom Kunz là Chủ tịch và CEO của Mạng lưới thế kỷ 21.

Một người bạn của cha tôi, chú Mark Welker, từng bảo tôi rằng: Trong kinh doanh bất động sản, cháu kiếm được tiền khi mua chứ không phải là khi bán nhà đất.

Tôi vẫn nhớ, ngày còn sống ở Utah, tôi từng mua một ngôi nhà rất đặc biệt mà nhiều người cho rằng nó chỉ đáng bỏ đi. Ngôi nhà trệt có 4 phòng ngủ đó đã bị bỏ hoang, nó khá sập sệ, cửa sổ bị hỏng và có vẻ đã hết hi vọng sửa chữa. Vì lúc đó đang là giữa mùa đông nên tuyết phủ đầy bãi cỏ ngoài sân và cả trong ngôi nhà. Điều đó khiến nó càng mang vẻ tiêu điều và không muốn chào đón một người khách nào.

Nhưng tôi vẫn nhìn ra tiềm năng của ngôi nhà. Trần nhà khá cao, phòng ốc rộng rãi và có kiến trúc rất đặc biệt. Tôi cũng mua được ngôi nhà với giá rất hời. Người ta chỉ đòi 28.000 đô la, trong khi giá thị trường là vào khoảng 75.000 đô la. Tôi đầu tư hết thời gian rảnh của mình vào tu sửa ngôi nhà: cửa sổ mới, rèm và sơn tường. Tổng số tiền sửa chữa là 10.000 đô la. Những lời của chú Mark luôn âm vang trong tôi. Khi mua ngôi nhà, tôi đã trả gần hết mọi thứ cho ngôi nhà. Chỉ cần một chút chăm chỉ và tầm quan sát chiến lược, cuối cùng, tôi đã lãi gấp nhiều lần so với số tiền đầu tư ban đầu.

50. Hãy để cảm xúc ở nhà

LEONARD LAUDER

Leonard Lauder là Chủ tịch của Liên hợp các công ty The Este’e Lauder. Ông cũng là uỷ viên ban quản trị của Đại học Pennsylvania và Chủ tịch của Bảo tàng Whitney về nghệ thuật Mỹ tại thành phố New York.

Năm 1958, tôi được ông Lester Crown, công tử của gia đình Crown nổi tiếng ở Chicago, cho một lời khuyên rất tuyệt về kinh doanh bất động sản. Ông Lester đã giúp tôi rất nhiều. Ông từng nói: “Leonard, nếu khi nào quyết định đầu tư vào bất động sản, hãy hứa với chú rằng cháu sẽ không bao giờ để cảm xúc xen vào việc kinh doanh nhà đất”. Bạn có thể hỏi: “Tại sao?” Lester biết rằng, nếu cảm xúc dính dáng vào bất động sản, bạn có thể sẽ mất tiền. Ông rất sáng suốt và tôi luôn thực hiện theo lời khuyên khôn ngoan đó của ông.

51. Xác định và đáp ứng nhu cầu

STEPHEN LEOPOLD

Stephen Leopold là chủ tịch của William B. May International, một công ty có tiếng tăm lâu đời nhất vẫn còn hoạt động trong thị trường bất động sản New York (www.wbmayre.com). Ông cũng là người sáng lập Công ty tư vấn bất động sản Leopold ở Montreal vào năm 1977, một trong những công ty chỉ đại diện cho người thuê lớn nhất ở Bắc Mỹ.

Tôi vẫn còn nhớ là hồi 5 tuổi, tôi vẫn hay ăn món Nho Bran. Món đó chẳng bao giờ có đủ nho nên tôi hay cho thêm nho khô vào. Vài thập kỷ sau, những thiên tài marketing của Kellogg mới phát hiện ra rằng họ cần cho thêm "hai muỗng nho" vào trong sản phẩm Nho Bran của họ. Tôi cùng với hàng triệu trẻ em khác đã biết điều đó từ trước đấy một phần tư thế kỷ. Trong số đó, tôi không phải là người sành sỏi nhất.

Kiểu cảm giác như vậy cũng được tôi áp dụng vào tư vấn bất động sản và giúp ích rất nhiều cho việc tôi trở thành chủ tịch của công ty William B. May International - một công ty môi giới mua bán bất động sản ở New York có hướng tiếp cận khách hàng đặc biệt. Khi tôi bắt đầu bước vào lĩnh vực kinh doanh, tôi cảm nhận rõ ràng rằng tất cả các phần của quá trình cho thuê một toà nhà văn phòng đều nhằm phục vụ lợi ích của chủ đất. Các nhà môi giới bất động sản sẽ liệt kê một danh sách những khu nhà còn trống của chủ đất và đưa ra những đánh giá chuyên môn của mình, mặc dù có khi chủ đất cũng đã là một chuyên gia trong lĩnh vực bất động sản. Người thuê mới là người cần những nhận định chuyên môn và các dịch vụ bất động sản đặc biệt. Vì vậy, 30 năm trước, tôi đã thành lập một công ty duy nhất ở Bắc Mỹ đại diện cho người thuê nhà.

Trong vòng 10 năm, chúng tôi đã trở thành công ty dẫn đầu trong lĩnh vực này, với một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp gồm hơn 100 người, trong đó có 8 luật sư chuyên về lĩnh vực cho thuê nhà làm việc cả ngày. Chúng tôi đã tiến hành giao dịch với Trizec Hahn nhiều hơn bất cứ công ty môi giới nào. Trizec Hahn là công ty bất động sản

thương mại quốc doanh lớn nhất Bắc Mĩ. Một tạp chí từng viết về tôi đã trích lời một phó chủ tịch cao cấp của Trizec: "Bảo rằng Leopold bảo vệ lợi ích của người thuê khi đàm phán với các chủ đất là đã nói nhẹ đi so với thực tế. Leopold đã mang những vũ khí trí tuệ tối tân của mình, nào xe tăng, pháo, máy bay, tới bên phía bàn của người mua."

Việc luôn ưu tiên mở rộng quyền hạn của người mua đã đưa tôi tới New York, cho tôi cơ hội đại diện cho Celanese (hiện nay đã đổi thành Hoechst Celanese). Công ty đã xây dựng toà nhà Celanese trên Đại lộ 1211 ở Mỹ, hiện tại được biết đến với cái tên News Corporation Building (như ở Rupert Murdoch).

Hành động khi cơ hội xuất hiện

Tôi đại diện cho Celanese trong vụ giao dịch ở Murdoch và trong suốt quá trình đàm phán, tôi đã có dịp đến thăm một công ty luật ở Trung tâm thương mại thế giới. Lúc đó, tôi mới từ Canada sang Mĩ, tôi cho rằng tất cả các toà nhà ở Bắc Mĩ đều có khu phục vụ ăn uống, như họ vẫn làm ở Montreal, Toronto, Calgary và Vancouver. Điều này có nghĩa là nếu tôi đang đứng ở một trong những toà nhà lớn nhất thế giới, tôi sẽ được thăm khu phục vụ ăn uống lớn nhất thế giới. Tôi chảy cả nước miếng với suy nghĩ rằng mình sẽ vào một nơi sang trọng và tự chọn món ăn giống những món vẫn được bày ở phòng ăn lớn Faneuli. Vì vậy, tôi vỗ nhẹ vào vai anh bảo vệ và hỏi rằng: "Khu phục vụ ăn uống ở đâu?"

Anh ta nói với tôi rằng ở đó không có khu phục vụ ăn uống.

Tôi đoán rằng chắc chắn anh ta là lính mới ở đây. Nhưng tôi vô cùng sửng sốt khi phát hiện ra, anh ta đã nói đúng.

Không còn là cậu bé 5 tuổi nữa, tôi sử dụng ngay lý thuyết Nho Bran của tôi. Thay vì hi vọng ai đó sẽ tới và cho mình nho khô, tôi đã tự bỏ thêm nho khô và thuê gần 2 mẫu Anh đất trống trong Trung tâm thương mại thế giới để xây dựng khu phục vụ ăn uống lớn nhất thế giới. Vốn cho dự án chỉ được đảm bảo trong 6 tháng trước ngày11 tháng 11 năm 2001, với tổng chi phí dự kiến là dưới 20 triệu đô la. Không lâu sau, dự án được định giá (chỉ thực phẩm) vào khoảng 70

triệu đô la. Và quầy bán rượu - khi khu phục vụ ăn uống biến thành quầy bar và nơi giải trí vào buổi tối và cuối tuần - được định giá thêm 70 triệu đô la nữa. Tôi bán tiền góp vốn trong dự án của mình và rút về định cư ở Hồ Tahoe, chờ đợi khoản thu từ số tiền bán đồ uống và thực phẩm ban đầu. Việc chuẩn bị mặt bằng đã được tiến hành. Sau đó, sự kiện ngày 11/9 xảy ra.

Tránh xung đột quyền lợi

Tôi thấy mình quay trở lại New York, bắt đầu với một hộp Nho Bran; lại một lần nữa không có đủ nho khô. Khi ấy, mọi người hỏi tôi rằng: "Tại sao không có ai làm cái này trước đó nhỉ?"

Và một lần nữa, "cái này" đã đáp ứng được nhu cầu đang thiếu hụt của thị trường bất động sản. Có cái gì đó bất thường khi người thuê quyết định thuê nhà ở toà nhà được người môi giới, làm việc cho chính công ty môi giới đang chịu trách nhiệm marketing và quản lí toà nhà đó, giới thiệu, khuyên nhủ và nài nỉ thuê. Trong hợp đồng marketing kí với người môi giới, có rất nhiều điều khoản có lợi, khuyến khích môi giới làm mọi điều có thể để thu được lợi nhuận tối đa cho chủ nhà. Thật nực cười, điều này còn dễ hiểu hơn là "hai muỗng nho khô". Bạn có tưởng tượng được rằng, một công ty Luật lại đại diện cho cả bên nguyên đơn và bên bị cáo trong một vụ án, trong cùng một phòng xử án và vào cùng một ngày? Nhưng trong kinh doanh bất động sản, việc một người môi giới đại diện cho quyền lợi tối ưu của người thuê bằng cách đàm phán với chủ đất, người mà anh ta đã đại diện trong nhiều năm, lại được coi là điều rất bình thường.

Hết sức lố bịch nhưng cho đến nay, thị trường cung cấp dịch vụ tư vấn cho thuê văn phòng ở New York vẫn còn thiếu một đóng góp đặc biệt, có đẳng cấp cao, góp phần chấm dứt tình trạng lộn xộn này. Nó chẳng có Harry Winston hay Rolls - Royce, cũng chẳng có Allen và hay Michael Steinhart.

William B. May là một trong những tên tuổi đáng kính nhất trong hoạt động kinh doanh bất động sản ở New York và công ty này cũng kinh doanh bất động sản lâu đời hơn bất cứ công ty nào ở New York. Trong vòng hơn 140 năm, nó đã phục vụ rất nhiều nhân vật hàng đầu của thành phố New York. Quan trọng hơn là chúng tôi đã loại bỏ

được tất cả những mâu thuẫn về lợi ích bằng cách chỉ đại diện cho bên thuê trong giao dịch thuê văn phòng. Điều này có ý nghĩa quan trọng với khách hàng. Một công ty chỉ đại diện cho quyền lợi một bên và được quản lý tốt sẽ biểu hiện tốt hơn nhiều so với một công ty phải vất vả với quyền lợi của hai bên; kiểu đại diện môi giới bất động sản hợp lý sẽ nhanh chóng về đích.

Chọn một bên

Bất động sản là một trong những "thành luỹ" cuối cùng còn cho phép các trung gian hoạt động, vì vậy, hãy tiến lên và xây dựng bảng hiệu cho mình. Tuy nhiên, tôi chỉ còn lại lời khuyên cuối cùng. Bạn có thể ước là không phải nghe những gì mà thượng nghị sĩ vĩ đại đã quá cố - ngài Sam Ervin - thường nói. Tôi vẫn còn nhớ một câu chuyện về ngài Gene Boyce, một trong ba người phỏng vấn trong phiên họp nổi tiếng, khi mà băng ghi âm Watergate đã bị phát hiện. Năm 1973, tôi đã từng phục vụ ông ta dưới vai trò một điều tra viên trong Uỷ ban Watergate của Sam Ervin. Tình cờ Gere Boyce lại là bạn học thời đại học của thượng nghị sĩ Sam. Ông ta từng phạm lỗi gì đó và đã bị đuổi ra khỏi trường Luật. Một hôm, có một quý bà do gặp vấn đề với pháp luật đã đến văn phòng mới toanh của ông North Carolina để xin lời khuyên. Sau khi ông ta cho bà lời khuyên, bà đứng lên và chuẩn bị rời văn phòng. Đột nhiên, ông ta nói: "Thưa bà, xin dừng bước. Bà nợ tôi 5 đô la"

"Vì cái gì?" Bà hỏi

Ông ta nói: "Vì lời khuyên của tôi."

Và bà nói: "Ồ, tôi sẽ chẳng dùng đến nó đâu."

Hãy nhớ lời khuyên này: Nếu bạn tránh bị sa lầy vào những nguyên tắc xử thế có thể xuất hiện khi bạn chơi với cả hai bên của giới văn phòng cho thuê (hay cả hai bên của bất kì giới nào trong vô số lĩnh vực kinh doanh này), bạn sẽ không bao giờ phải rơi vào trường hợp tương tự như quí bà trong câu chuyện của thượng nghị sĩ Sam Ervin.

52. Cân nhắc tiềm năng phát triển

PAMELA LIEBMAN

Pamela Liebman là chủ tịch và CEO của công ty Corcoran, một công ty bất động sản chuyên về lĩnh vực nhà ở lớn nhất ở thành phố New York. Bà còn phục vụ trong Ủy ban chấp hành và Ban giám đốc của Ủy ban Bất động sản New York.

Nếu bạn đang tìm kiếm một ngôi nhà cho mình, tốt hơn hết hãy mua nó bằng trái tim chứ không phải bằng cái đầu của bạn. Nhưng nếu bạn đang tiến hành một vụ đầu tư, hãy suy tính kỹ lưỡng bằng cái đầu của bạn.

Mua một ngôi nhà là một quyết định cảm tính. Mọi người thường thích được cảm thấy mình đang tiến hành một vụ giao dịch có lời hay giá trị của ngôi nhà sẽ được đánh giá cao. Nhưng thực tế là hầu hết mọi người quyết định mua một ngôi nhà vì nó phản ánh tính cách và giá trị của họ. Tóm lại, họ cần phải sống trong ngôi nhà đó. Hãy suy nghĩ xem, điều gì khiến ngôi nhà phù hợp với bạn. Đôi khi, những người mua nhà phạm sai lầm, họ chỉ chú ý đến ngôi nhà như một món đầu tư mà bỏ qua những nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống của họ như: gần trường học, công viên, gần gũi họ hàng và nơi làm việc. Chúng là các mặt của đời sống hàng ngày, giúp đảm bảo sức khoẻ, sự an toàn và thoải mái cho gia đình của bạn.

Mặt khác, nếu bạn chỉ mua nhà để đầu tư, bạn cần phải xác định rõ ràng mục tiêu của mình. Hãy quyết định xem đó sẽ là một cuộc chơi ngắn hạn hay dài kì. Những kẻ đầu cơ có thể kiếm tiền bằng cách mua một khu nhà tập thể mới phát triển, sau đó tung khu nhà ra thị trường ngay khi có cơ hội để kiếm lời nhanh chóng. Nếu đó là những gì bạn đang định làm, hãy chắc chắn là bạn đã tính toán tất cả chi phí phụ trội khi bạn mua và bán bất động sản quá nhanh. Đôi khi, có những chi phí ngầm mà người chơi ít kinh nghiệm có thể không suy tính đến.

Nếu bạn quyết định đầu tư lâu dài, hãy tìm những khu vực chưa phát triển hết nhưng có tiềm năng phát triển to lớn. Ở New York,

nhiều người đã kiếm được những món tiền khổng lồ nhờ mua những mảnh đất từ khi chúng vẫn còn là khu công nghiệp rồi bán đi khi chúng trở thành khu kinh doanh, buôn bán sầm uất. Họ đã nhìn thấy khả năng phát triển thành những khu dân cư đông đúc, căng tràn sức sống của chúng. Tuy nhiên, cộng đồng nghệ sĩ và đồng tính là những người rất giỏi giới hạn tiềm năng phát triển của một khu vực. Quận Meatpacking, Soho và Chelsea là những ví dụ điển hình về những khu vực ở New York có hiện tượng này xảy ra.

53. Kiểm soát hàng lưu kho

DAVE LINIGER

Dave Liniger là người đồng sáng lập và Chủ tịch của công ty RE/MAX International, viết tắt của từ "tối đa hoá bất động sản" và là đồng sáng lập của Wildlife Experience, một trung tâm bảo tồn thiên nhiên ở khu vực Denver.

Có một câu nói rất đơn giản: “Công ty nào kiểm soát được hàng trữ, công ty đó sẽ kiểm soát được thị trường.”

Câu nói này có thể đúng trong trường hợp của rất nhiều ngành công nghiệp; đặc biệt là trong kinh doanh bất động sản, nó gần như là một quy luật. Tôi nhận được lời khuyên này khi tôi bắt đầu kinh doanh bất động sản và tôi không bao giờ quên nó. Bây giờ, sau 40 năm, nó vẫn đúng. Và nó có thể áp dụng cho mọi lĩnh vực trong kinh doanh bất động sản: nhà ở, bất động sản đắt tiền, bất động sản thương mại, bất động sản đầu tư.

Trong trường hợp này, từ “kiểm soát” không có nghĩa là “thao túng” thị trường. Ở đây tôi chỉ đề cập đến những công ty bất động sản thành công nhất, có nhiều cơ hội làm việc với người bán và người mua bất động sản nhất. Giá trị của hàng hóa luôn được mua bởi định bởi thoả thuận giữa người bán và người mua. Nhiệm vụ của các đại lý bất động sản là hỗ trợ các cuộc đàm phán, thoả thuận này. Nhưng tất cả chỉ bắt đầu khi người bán quyết định bán bất động sản và chọn một công ty đại diện cho vụ giao dịch. Những người mua quan tâm đến món bất động sản đó cùng với người đại diện của mình sẽ nắm được đầy đủ thông tin về nó qua rất nhiều phương tiện truyền thông và marketing mà người đại diện của bên bán đã sử dụng.

Những công ty hiểu được qui luật này sẽ sử dụng tất cả những biện pháp có thể để thu hút người mua, như thông báo “giảm giá”, quảng cáo trên báo chí, tờ rơi, thư bướm và tất nhiên là cả Internet. Bất động sản vẫn còn là một lĩnh vực kinh doanh mang tính tại chỗ bởi bất động sản không thể di chuyển được và công ty nào có thương hiệu được công nhận và dễ nhớ nhất sẽ có nhiều cơ hội được người

bán và người mua lựa chọn.

Chúng tôi đa may mắn xây dựng được một thương hiệu độc quyền, được thừa nhận trên toàn thế giới. Thương hiệu là một mũi tên nữa trong bao đựng tên của các nhà môi giới và đại lý bất động sản để có thể kiểm soát được tài sản và thị trường của họ.

54. Suy nghĩ xa hơn và tin tưởng vào bản thân mình

TERRY J. LUNDGREN
Terry J. Lundgren là Chủ tịch và CEO của công ty Federated Department Stores.

Lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng nhận được là từ cha tôi. Khi tôi mới 26 tuổi và đang tính đến kinh doanh nhà ở, cha đã nói rằng hãy tìm kiếm xung quanh khu vực tôi muốn mua nhà và đến thăm cả 6 ngôi nhà đang được rao bán. Sau đó, cha gợi ý rằng tôi nên xếp thứ tự cho chúng và liệt kê mặt mạnh và mặt yếu của từng ngôi nhà. Lựa chọn đầu tiên của tôi là một ngôi nhà thật hoàn hảo và về căn bản, nó có vẻ hấp dẫn hơn bất cứ ngôi nhà nào khác trong danh sách. Tất nhiên, nó cũng đắt hơn những ngôi nhà khác. Tôi nói với cha rằng chẳng mất công xem xét nó làm gì vì tôi không có đủ tiền để mua nó. Tuy nhiên, cha tôi không nói về bất cứ ngôi nhà nào khác. Chỉ đến khi chúng tôi xem xét tất cả các khả năng huy động tiền, cha mới chịu bàn bạc. Chúng tôi dự tính kí hai văn kiện thế chấp nhà với ngân hàng và kí bốn chứng thư trả góp có đảm bảo với người bán.

Cha đã khuyến khích tôi đặt cược vào tương lai và tập trung, không chỉ vào khả năng tài chính hiện thời của tôi, mà còn vào những gì tôi có thể trả trong 5 năm tới.

Tôi đã mua ngôi nhà và trả đủ bốn chứng thư đó cho người bán trước thời hạn, đàm phán giảm giá so với hợp đồng ban đầu do tôi đã trả tiền trước ngày hẹn. Vài năm sau khi tôi bán ngôi nhà, tôi đã thu được một món lời rất lớn, nhiều nhất trong số những vụ tôi đã đầu tư. Đây không phải là một chiến lược cho tất cả mọi người nhưng vào thời điểm đó, nó là một ý kiến rất hữu ích với tôi.

55. Không tham lam

JOHN J. MACK

John J. Mack là Chủ tịch và CEO của Morgan Stanley.

Hầu hết những gì tôi biết về kinh doanh bất động sản là do học được từ mẹ. Mẹ tôi là một nhà đầu tư bẩm sinh. Không bao giờ có nhiều tiền nhưng bà lại có bản năng tuyệt vời. Trong thực tế, nếu có tiền, chắc chắn mẹ đã trở thành một nữ Donald Trump.

Tôi bắt đầu đầu tư vào bất động sản từ khi còn đang học đại học. Mẹ và tôi đã vay tiền để mua một lô nhà ở thuộc Bắc Carolina, nơi chúng tôi đang sống. Hoá ra đó lại là một vụ đầu tư tuyệt vời; chúng tôi thu về số lãi bằng 40% tiền bỏ ra đầu tư.

Nhiều năm sau, tôi tiếp tục đi theo những hướng dẫn của mẹ trong kinh doanh bất động sản. Có lẽ bài học quí giá nhất mà tôi học được trong quãng thời gian đó là: Không bao giờ được tham lam. Nếu bạn vừa hoàn thành bài tập và vừa tiến hành được một vụ giao dịch có lời, hãy tiếp tục phấn đấu. Nếu bạn trở nên tham lam, bạn sẽ bị loại bỏ. Trong kinh doanh bất động sản, cũng như bất cứ ngành nào khác, danh tiếng là thứ quan trọng nhất mà bạn có. Để thành công được lâu dài, bạn cần phải kinh doanh trên cơ sở trung thực, đảm bảo uy tín và chất lượng. Nhờ đó, danh tiếng của bạn sẽ được nâng cao trên thương trường. Đó là lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản và cả về cuộc sống của chúng ta nữa.

56. Lắng nghe bản thân

HARRY MACKLOWE
Harry Macklowe là người sáng lập,
Chủ tịch và CEO của Công ty bất động sản Macklowe, một công ty đầu tư chuyên về các căn hộ và văn phòng cao cấp ở Manhattan và là chủ sở hữu của toà nhà General Motors.

Lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng nhận được là: Hãy lắng nghe bản thân mình!

Lời khuyên này khuyến khích bản thân tự vận động, chú ý phát triển sức tưởng tượng, mở rộng tầm nhìn và tái khẳng định mục tiêu. Bất động sản là một ván cờ vua có kích thước đặc biệt. Sự động viên, cổ vũ là thứ đáng được chào đón nhất nhưng nó hiếm khi được tìm kiếm. Tìm người cổ vũ cho niềm tin của mình là một thách thức đáng giá. Sở dĩ một nhà đầu tư hay một nhà kinh doanh thành công là nhờ tầm nhìn xa trông rộng và khả năng đạt được mục tiêu của họ. Trên hành trình đi tới thành công, sự dũng cảm và niềm tin mãnh liệt là yếu tố tối cần thiết. Hãy lắng nghe bản thân mình.

57. Can đảm tiến lên

BERNIE MARCUS
Bernie Marcus là nhà đồng sáng lập ra công ty Home Depot và là Chủ tịch Quĩ bảo trợ Marcus.

Đầu tiên, bạn hãy nghiên cứu cẩn thận kết luận của các chuyên gia. Tiếp theo, hãy xem xét kỹ lưỡng các nghiên cứu có tính khả thi về nhân khẩu học và kinh tế.

Sau đó, hãy can đảm tiến lên. Trong nhiều năm, một phần lớn những quyết định chính xác mà tôi đưa ra là dựa vào cảm giác, nhận định đúng niềm tin đó là điều nên làm và can đảm tiến lên.

58 . Đừng bao giờ đánh giá thấp đối thủ cạnh tranh

ELIAS MASRI

Elias Masri là người sáng lập, chủ tịch và CEO của Công ty bất động sản Falcon, một công ty chuyên quản lý bất động sản. Hiện tại, công ty đang quản lý 500 ngàn feet vuông văn phòng và đất ở khu vực thành phố New York.

Vào năm 1977, tôi rời Nam Mỹ và lần đầu tiên đặt chân lên đất New York. Tôi nói được rất ít tiếng Anh nhưng cảm nhận rõ ràng rằng: Với một New York vẫn còn bị ảnh hưởng nặng nề bởi cuộc Đại suy thoái, rất nhiều cơ hội đang chờ tôi ở phía trước. Tôi lên kế hoạch mua một vài bất động sản. Tôi đã đến Mỹ với một túi tiền khá nặng cùng với rất nhiều kinh nghiệm về kinh doanh bất động sản. Đó là những kinh nghiệm được tôi luyện trong môi trường của một nước đang phát triển và bị tàn phá nặng nề bởi các chu kỳ kinh tế thay đổi bất thường và tỷ lệ lạm phát cao chưa từng có; những điều này các doanh nghiệp ở New York chưa từng biết tới. Khi tôi bắt đầu tiếp cận những người bán, phản ứng đầu tiên của họ sau khi biết tôi là người nhập cư và đến từ một nước đang phát triển thật là thô bạo và đầy thành kiến.

Ban đầu, do tôi không giống với những người vốn được tin rằng chỉ họ mới đủ tiền để đầu tư vào thị trường bất động sản thương mại ở thành phố này nên những người bán chỉ cung cấp một lượng thông tin cần thiết về những ngôi nhà mà tôi quan tâm; đôi khi họ còn tỏ thái độ khó chịu khi làm việc đó. Cuối cùng, khi họ nhận thấy tôi có tiền và có ý định mua bán nghiêm túc, họ mới coi trọng tôi và chỉ lúc đó, chúng tôi mới có thể cùng nhau đàm phán về ngôi nhà.

Tôi vẫn còn nhớ chuyện đó nên tôi luôn khuyên mọi người, những người đã, đang và sẽ tham gia vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản rằng: đừng bao giờ đánh giá khách hàng tương lai của mình bằng vẻ ngoài, hành vi cử chỉ hay trang phục... của họ. Tôi không bao giờ đánh giá thấp khả năng hay quyết định của bất cứ khách hàng

tương lai nào của mình. Tôi nhớ lại một chuyện đã xảy ra từ nhiều năm trước, hồi tôi còn ở quê nhà - Một hôm, có một người đàn ông ăn mặc rất xoàng xĩnh và cầm một chiếc cặp hàng chợ bước vào văn phòng của tôi. Một nhân viên của tôi vội vã đứng lên và cố gắng đuổi ông ta ra khỏi công ty. Khi tôi chứng kiến cảnh đấy, tôi đã tiến đến chỗ người đàn ông và ngồi xuống nói chuyện với ông ta. Hoá ra ông ta lại là viên chức cấp cao trong một công ty rất lớn của địa phương. Công ty này vừa mua một ngôi nhà đắt hơn rất nhiều so với một ngôi nhà khác mà ông vừa hỏi được thông tin.

25 năm sau, tôi tiếp tục mua khoảng 25 toà nhà thương mại nữa ở phía tây Midtown. Tôi đã mua những toà nhà mà những nhà kinh doanh lớn ở New York không quan tâm tới. Chúng là những toà nhà cũ, xuống cấp và ở những khu vực còn chưa phát triển của thành phố. Với sự chăm chỉ, tinh thần quyết tâm vượt qua những cơn biến động thị trường, một tầm nhìn chiến lược và rất nhiều kinh nghiệm trong kinh doanh bất động sản, tôi đã xây dựng công ty phát triển vững chắc. Những toà nhà cũ nát đó đã được tu sửa và cải tạo; từ những công xưởng bóc lột công nhân tàn tệ đã trở thành những văn phòng nhỏ và studio của các nghệ sĩ.

Từ kinh nghiệm của chính mình, tôi có một lời khuyên nhỏ cho các bạn, đó là: hãy tưởng tượng về nơi bạn muốn đầu tư, hãy tìm kiếm khe hở của thị trường, chú ý giữ cân bằng giữa chấp nhận mạo hiểm và đánh cược vào tương lai; đồng thời phải luôn luôn ý thức được nhược điểm của mình và tiến lên phía trước với sự thận trọng vừa phải để đưa bạn vượt qua những giai đoạn kinh tế khó khăn. Và quan trọng hơn tất cả, đó là: Hãy khiêm tốn!

59. Chọn bản thiết kế xuất sắc và địa điểm đẹp

RICHARD MEIER

Richard Meier là một cổ đông của công ty Richard Meier và những kiến trúc sư LLP. Một số dự án của ông như: Trung tâm Getty ở Los Angeles và Bảo tàng nghệ thuật đương đại Barcelona. Ông đã được nhận rất nhiều huy chương như: Huy chương vàng AIA của Hội kiến trúc sư Mỹ và Praemium Imperiale của chính phủ Nhật Bản.

Tôi cũng không xác định được đâu là lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng nhận được nhưng lời khuyên tuyệt nhất mà tôi có thể cho bạn là: 1. Hãy thuê một kiến trúc sư để tạo một môi trường có chất lượng cao; 2. Xây dựng nó gần mặt hồ (sông, biển...). Làm được cả hai điều này, bạn đã có một vụ đầu tư khôn ngoan.

Bạn có thể coi thường mối tương quan giữa giá trị hàng hoá được tăng lên nhờ những thiết kế đẹp mắt và giá cả mua bán. Thiết kế đẹp thể hiện mơ ước của những người mua nhà, trước khi bản thân họ biết được mình mơ ước những gì. Mọi người sẵn sàng trả thêm tiền để ước mơ của họ được đoán trước và hiểu rõ. Là một kiến trúc sư, tôi luôn hồi hộp khi được làm việc với một chủ công trình có thể hiểu được giá trị của những thiết kế chất lượng cao và ảnh hưởng của nó tới thu nhập của toà nhà trong suốt vòng đời của nó. Tôi cũng rất vui khi được làm việc với những người sẵn sàng tạo điều kiện cho kiến trúc sư xem xét tất cả các vấn đề và đưa ra một bản thiết kế có chất lượng cao nhất.

60. Hạn chế rủi ro và tối đa hoá lợi nhuận đầu tư

DANIEL F. MIRANDA
Daniel F. Miranda là Chủ tịch của Công ty bất động sản thương mại HAS.

Một chủ xây dựng nhà cửa đã có tuổi, đồng thời là một doanh nhân thành công và chủ của đội thể thao Chicago đã kể với tôi rằng: “Mọi người vẫn thường hỏi tôi, trong số hàng tá toà nhà ông đã xây, ông thích toà nào nhất. Liệu nó có phải là toà nhà đã dành được giải thưởng về kiến trúc? Hay là toà nhà được thiết kế bởi người kiến trúc sư nổi tiếng nhất? Nó có phải là toà nhà có kích thước lớn nhất trong số những toà nhà cùng kiểu hay không?”

Thực tế là chẳng có điểm nào như vậy cả.

Trước sau như một, ông vẫn trả lời rằng sau: “Cứ vào dịp cuối năm, nhân viên kế toán lại nói cho tôi biết tôi toà nhà nào của tôi là đẹp nhất.”

Kinh doanh bất động sản là việc ước tính được khoảng cách và nhảy qua cái vòng lửa. Ai tính toán chính xác nhiệt độ của ngọn lửa và kích thước của chiếc vòng, người đó sẽ thu được lợi nhuận. Ai không làm được điều đó thì sẽ thất bại và bị đốt cháy.

Mặc dù vậy, điểm mấu chốt của kinh doanh bất động sản được đo bằng lợi nhuận được điều chỉnh theo rủi ro (hay tính chắc chắn của lợi nhuận thu được) và kích cỡ của luồng tiền mặt thu vào. Đạt được kích cỡ luồng tiền mặt hay tổng lợi nhuận là một việc cực kỳ khó khăn và là nghệ thuật kinh doanh. Tất cả những quyết định trong kinh doanh bất động sản nên được đưa ra dựa trên số lợi nhuận dự đoán đã được điều chỉnh theo rủi ro. Dự đoán và ước tính chính xác độ rủi ro và số lợi nhuận tiềm năng vừa là một nghệ thuật, vừa đòi hỏi những tính toán khoa học. Nếu một công ty có khả năng dự đoán chính xác mức độ rủi ro của những yếu tố liên quan đến bất động sản,

sau đó giảm thiểu rủi ro bằng cách theo dõi thường xuyên, đưa ra những quyết định hợp lý và hành động dựa trên những quyết định đó, công ty có thể thu được lợi nhuận lớn hơn từ vụ đầu tư đó.

Tôi coi kinh doanh bất động sản như một loạt các vòng lửa. Chúng càng khó thực hiện bao nhiêu, phần thưởng sẽ càng cao quý bấy nhiêu. Giải quyết những vấn đề rắc rối liên quan đến mảnh đất hay những chính sách qui hoạch mới, tăng cường nguồn đầu tư, xây dựng chiến lược marketing sáng tạo, xem xét những dự án đã thất bại, đàm phán với những người cho thuê hiếu chiến, tin tưởng vào sự thành công trong khi hầu hết mọi người đang chống lại bạn, giữ vững tinh thần và khả năng chịu đựng của mình cho đến ngày giao nhà - tất cả đều là những vòng lửa. Rõ ràng là nếu có ít vòng lửa hơn, bạn sẽ thu được phần huê lợi ít hơn. Nếu phải trải qua nhiều vòng lửa hơn, bạn sẽ được hưởng phần huê lợi xứng đáng.

Những tổ chức và cá nhân kinh doanh bất động sản có kỹ năng tốt, sức chịu đựng dẻo dai, khả năng dự đoán rủi ro chính xác và biết sử dụng những công cụ phù hợp để giải quyết rủi ro sẽ trở thành người chiến thắng.

61. “Chủ nghĩa kim” yêu thích của tôi

KIM MOGULL
Kim Mogull là Chủ tịch và CEO của Công ty bất động sản Mogull, công ty đại diện cho những người bán lẻ và chủ xây dựng mái cửa hàng đầu ở New York, Florida, và một số thị trường chính, khó tính khác của Mỹ.

Tôi không bao giờ ngại nhận những lời khuyên hữu ích và sáng suốt từ khách hàng, bạn bè và gia đình. Tôi cũng đặc biệt chú ý quan sát những nét đẹp trong cư xử và hành động của mọi người. Thật là thú vị khi được điểm qua những bài học mà tôi học được từ trước tới nay.

Làm những gì bạn thích và bạn sẽ không bao giờ cảm thấy mệt mỏi vì sức ép công việc, dù chỉ một ngày trong cuộc đời

Mọi người hay nói mình là người tham công tiếc việc. Tôi thì nói: “Tôi chỉ toàn giải trí thôi.” Mẹ tôi, Martha Mogull, đến giờ vẫn là người cố vấn giàu kinh nghiệm và người bạn tốt nhất của tôi, luôn khuyến khích tôi theo đuổi một công việc mà nếu tôi không thể kiếm sống nhờ nó thì tôi cũng có thể làm vì sở thích của tôi. Và “sở thích” kinh doanh bất động sản đã trở thành sân chơi yêu thích của tôi.

Nói “không”, cũng có nghĩa là “hãy thuyết phục tôi”

Tôi là một người bán hàng và tôi đã học được rằng mọi người có thể mua bất kì sản phẩm nào, nếu bạn đưa ra được lý do hợp lý để thuyết phục họ. Hồi còn học cấp I, tôi đã bắt đầu mài giũa kỹ năng bán hàng của mình. Tôi bán nữ trang giả cho thầy cô giáo và bạn bè trong lớp. Lên cấp III, tôi chuyển sang bán đồng hồ ở đằng sau thùng xe hơi. Và khi vào Đại học Northwestern, tôi trở thành người bán bộ Bách khoa toàn thư Encyclopedia Britannica. Mặc dù các sản phẩm có khác nhau, nhưng bài học vẫn không thay đổi: Nói "không", cũng có nghĩa là "Hãy thuyết phục tôi".

Thanh toán hàng tồn kho thật nhanh

Ngôi nhà hay mảnh đất tuyệt nhất cũng có vẻ vô giá trị nếu bạn giữ nó quá lâu, vì mọi người sẽ cho rằng ngôi nhà đó có gì không ổn. Năm 2006, tôi môi giới một công ty liên doanh cho một khách sạn ở góc Đường 57 và Đại lộ 6 ở New York, đồng thời cho thuê một khu đất lẻ còn trống của một nhà hàng. Chủ của toà nhà đó từng nhờ hai công ty môi giới nổi tiếng cho thuê chỗ trống đó nhưng họ đã không thành công. Lý do cơ bản khiến thị trường không chấp nhận chỗ trống đó là Đường 57 và Đại lộ 6 là "một góc đường không sinh lợi và kém may mắn." Tất nhiên, nó không sinh lợi vì nó đã bị bỏ trống trong nhiều năm. Tất cả chỉ vì mọi người không thể nhìn thấy được tiềm năng phát triển của nơi đó, bởi nó nằm ngay gần Carnegie Hall và công viên trung tâm.

Sau khi thuê, tôi đã chải chuốt lại ngôi nhà, bọc lấy nó với những dải ruy băng màu tím lớn và đón chào quí khách bằng dòng chữ: "Món quà dành cho các bạn - nhà hàng mới với giá phải chăng." Tôi liên hệ với chủ của Tập đoàn khách sạn Jame, một trong những tập đoàn khách sạn bỏ túi mới, nổi tiếng nhất và có cơ sở ở trên khắp đất nước. Chúng tôi đã thành lập công ty liên doanh và biến nơi đó thành khách sạn của gia đình Jame. Đồng thời, tôi cho một công ty nhà hàng rất nổi tiếng thuê khu đất lẻ còn trống. Góc đường "không sinh lợi" trước kia đã biến thành một trong những nơi sầm uất nhất New York.

Tạo cảm giác hứng khởi và gấp gáp về

sản phẩm của bạn

Trong một cuốn sách trước đây của Donald (Trump) - Cách để lên tới đỉnh vinh quang, Barbara Corcoran đã đưa ra một lời khuyên tuyệt vời khi bà nói rằng: “Khi ngoài chợ có 10 người mua mà chỉ có 3 con chó, tất cả chúng đều là tinh hoa trong đàn chó.” Barbara đã phát biểu rất hay. Tôi rất thích cách giới thiệu liên tiếp, gối lưng bất động sản của mình. Cách này không chỉ làm tăng thời gian của bạn, nó còn tạo cảm giác gấp gáp và nhiều người muốn mua bất động sản.

Làm cho sản phẩm dễ nhớ, ngộ nghĩnh và hữu ích

Khi tôi đi từng nhà để bán bộ encyclopedia, tôi thường mang theo một món quà đã được gói bọc cẩn thận - thường là một quyển từ điển nhỏ. Mọi người rất tò mò về món quà ở bên dưới lớp giấy bọc và họ sẽ để tôi vào nhà. Một quyển từ điển bỏ túi giá 3 đô la sẽ khiến họ trả ít nhất là 1.099 đô la - giá của bộ encyclopedias thấp tiền nhất của chúng tôi. Chẳng có gì thay đổi. Khi tôi đến gặp khách hàng của mình, tôi thường mang theo một cái gì đó rất đặc biệt, có thể làm khách hàng của tôi bất ngờ và tán thưởng. Nó thường là một món quà dành riêng cho khách hay khơi gợi trí tưởng tượng của họ. Nhưng tôi cũng luôn sẵn sàng bổ sung một thứ gì đó có giá trị - thông tin - một thứ gì đó mà khách hàng của tôi có thể muốn biết. Đây là một cách vừa làm tăng giá trị của bất động sản, vừa làm khách hàng vui lòng.

Không bao giờ quên khía cạnh con người trong vụ giao dịch

Bán bất động sản không chỉ đơn thuần là việc giao ngôi nhà, mảnh đất cho người mua hay người thuê; mà nó đang đưa hai người lại gần nhau. Thậm chí trong giao dịch tập thể, chính con người chịu trách nhiệm đưa ra quyết định ký kết hay từ chối hợp đồng. Dù thời gian của bạn và khách hàng có eo hẹp đến mức nào, hãy cố gắng thu xếp để được đàm phán trực tiếp. Một vụ giao dịch mà hai bên không gặp mặt trực tiếp rất dễ bị huỷ bỏ. Và quan trọng hơn hết, hãy cư xử

lịch sự. Đó là tất cả những gì mà mọi người nhớ về bạn.

Mẹ tôi luôn nói rằng: “Chồi non lớn lên thành cây to”

Từng có rất nhiều người hỏi tôi rằng: “Làm thế nào mà anh giành được công việc này ở Donald Trump?” Tôi đã giành được công việc đó nhờ sự chuẩn bị chu đáo, niềm đam mê và kiên trì của tôi, cộng thêm 7 năm luyện tập kinh doanh bất động sản chăm chỉ. Lần đầu tiên khi văn phòng của ông Trump gọi điện yêu cầu gặp tôi, tôi đang là chủ tịch của một công ty bất động sản nhỏ. Tôi đến buổi hẹn đầu tiên với Donald khi đã cố gắng tìm hiểu về danh mục vốn đầu tư bán lẻ của công ty. Tôi cũng kể với ông về nơi tôi cho là có thể làm tăng giá trị của nó. Sau một giờ phỏng vấn kinh điển của Donald Trump (khiến tôi đổ mồ hôi, buồn nôn và hơi khó thở), tôi đã được tuyển dụng nhưng chỉ được giao quản lý một cửa hàng. Tôi đã có cơ hội để chứng tỏ bản thân vì tôi từng cam đoan rằng, nếu được nhận, tôi sẽ thu được nhiều lợi nhuận cho công ty. Khi đã được thuê, ngay lập tức tôi bắt đầu thực hiện kế hoạch để khẳng định này.

Tin tưởng vào bản năng của mình hay hãy tiêu tiền để kiếm được tiền

Nhiệm vụ đầu tiên mà Donald giao cho tôi là cho thuê một nhà hàng ở góc đường phía trong toà nhà Trump Plaza. Nhưng lần đầu tiên tôi đến xem xét khu vực đó, radar thám thính của tôi bị tê liệt hoàn toàn vì chẳng có cái nhà hàng nào. Thêm nữa, cái cửa hàng đó, trên thực tế, có vẻ to hơn so với những gì tôi được kể. Tôi muốn khuyên Donald nhưng cảm thấy rất lo lắng vì ông ta chỉ vừa mới biết tôi và đối thủ của tôi đã tung tin rằng cái nhà hàng trống đó bé hơn rất nhiều. Tôi đã khuyên Donald rằng ông nên thuê một kiến trúc sư để đo lại nơi đó và một thầu khoán để phá phần bên trong của cửa hàng. Nếu tôi nhầm, ông ấy sẽ không bao giờ thuê tôi nữa. Tôi đang bị mắc kẹt với bản năng của mình và cuối cùng, bản năng của tôi đã đúng. Cửa hàng lớn hơn so với những điều mọi người nói. Chúng tôi đã chia đôi cửa hàng để cho thuê và lợi nhuận thu về lớn hơn nhiều

so với dự kiến ban đầu.

Đặc biệt, hãy đam mê; lòng đam mê dễ lây lan

Hôm tôi được nhận vào làm việc ở công ty của Donald Trump, Donald không chỉ cho tôi một cơ hội lớn, mà còn cho tôi một lời khuyên tuyệt vời về kinh doanh. Khi tôi đang chuẩn bị về, ông đã nói: “Kim, anh là một trong những người bán hàng vĩ đại nhất mà tôi từng gặp. Hãy thành lập công ty của riêng mình, xây dựng thương hiệu. Hãy khuếch trương công ty để mọi người có thể tìm anh dễ dàng.” Ngày hôm sau, tôi thành lập Công ty bất động sản Mogull và Donald là khách hàng đầu tiên của công ty. Tôi không bao giờ cảm thấy hối hận với những gì đã làm.

Tôi phải mất nhiều năm để có thể chiến thắng tơ rớt của Donald - nhiều năm làm việc chăm chỉ và sáng suốt. Điểm mấu chốt vẫn là điểm mấu chốt và những khách hàng như Donald đóng góp phần lớn vào kết quả đó. Nhiều năm sau và qua rất nhiều vụ giao dịch, Công ty bất động sản Mogull đã trở thành công ty môi giới duy nhất cho hàng loạt công ty bán lẻ của Tổ chức Trump.

62. Đến nơi cần bạn

BRUCE E. MOSLER

Bruce E. Mosler là chủ tịch và CEO của công ty Cushman & Wakefield, một công ty chuyên cung cấp các dịch vụ bất động sản trên phạm vi toàn thế giới.

Còn nhớ vào năm 1996, khi tôi còn là trưởng chi nhánh khu vực miền đông của Công ty Galbraith, công ty của tôi đã bị bán và tôi đang tìm kiếm những cơ hội mới. Lúc đó tôi lưu ý đến hai công ty: Cushman & Wakefield và một công ty cạnh tranh. Donald Trump đã nói với tôi rằng: "Theo ý tôi, anh nên làm cho Cushman & Wakefield." Ý của Donald là tôi nên đến nơi cần tôi, chứ không phải là đến nơi muốn có tôi."

Sự khác nhau cơ bản của hai công ty này là: rất nhiều công ty muốn thuê những người chủ chốt vì họ không muốn những người này rơi vào tay của các công ty khác, và vì người này có thể làm tăng giá trị hiện thời của công ty. Nhưng về lâu dài, nếu bạn làm việc cho công ty cần bạn, bạn sẽ đóng góp được giá trị bền vững nhất. Đó là lời khuyên rất hữu ích mà Donald đã cho tôi. Ngày đó, tôi đầu quân cho Cushman & Wakefield chỉ với vai trò của một nhà môi giới. Cuối cùng, hoá ra họ lại cần tôi làm CEO của công ty. Bạn không thể nhận được lời khuyên nào hữu ích hơn thế.

Lãnh đạo bằng cách làm gương

Alvin Dorman là một trong những cố vấn dày kinh nghiệm của tôi. Ông là một chủ xây dựng rất thành công và ông đã xây dựng khu nghỉ mát Bacara - một khu nghỉ mát rất được ưa chuộng ở Santa Barbara, California. Ông cũng là người kinh doanh nhà đất thành công trên khắp đất nước. Alvin đã dạy tôi hai điều. Thứ nhất là hãy lãnh đạo bằng cách làm gương. Điều này có nghĩa là khi bạn lãnh đạo mọi người, bạn phải đặt mình vào vị trí của họ. Trong trường hợp của tôi, tôi đang lãnh đạo một công ty môi giới có tầm cỡ quốc tế với hơn

11 ngàn nhân viên. Tôi là một môi giới. Tôi đã làm việc trong lĩnh vực này lâu năm. Tôi đại diện cho nhiều người thuê. Tôi biết được những biến động của thị trường. Tôi biết sự cần thiết của nguồn lực. Nhưng chắc chắn rằng, lời khuyên những người lãnh đạo nên đi sâu, đi sát vào đời sống nhân viên, nắm được suy nghĩ, tình cảm của họ, đặt mình vào vị trí của họ... thật sự rất cần thiết để có thể tập hợp, đoàn kết mọi người cùng xây dựng công ty vững mạnh. Tôi luôn nhớ lời khuyên này và vẫn luôn cố gắng thực hiện.

Tập trung vào một lĩnh vực

Alvin đã dạy tôi một điều rất quan trọng nữa, đó là: Hãy trở thành một chuyên gia trong lĩnh vực của mình. Trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản, bạn có thể là một nhà kinh doanh không chuyên nghiệp, nhưng để vươn tới đỉnh cao vinh quang, bạn phải tập trung vào một lĩnh vực nào đó. Phạm vi công việc có thể rất rộng: đầu tư, thẩm định chất lượng, cho thuê, quản lý bất động sản và quản lý tiện nghi trong nhà... Tôi đã chọn "đại diện cho người thuê" làm lĩnh vực chuyên môn của mình.

Phát triển thương hiệu

Phần cuối cùng là lời khuyên tuyệt vời nhất mà tôi nhận được từ cha tôi; đây là một câu nói khá sáo rỗng nhưng lại rất có căn cứ. Cha tôi là Chủ tịch của Mosler Safe, một doanh nghiệp nổi tiếng. Ông luôn luôn cảm thấy rằng thương hiệu là quan trọng bậc nhất; tất cả những điều bạn làm là để phát triển thương hiệu và tất nhiên, những điều bạn làm sẽ ảnh hưởng đến thương hiệu. Cách bạn cư xử, bạn là ai, bạn làm gì đều có ảnh hưởng trực tiếp tới thương hiệu của công ty bạn.

63. Chú ý vị trí và trung thực

DAVID MOSSLER

David Mossler là Chủ tịch của công ty Mossler & Doe, chuyên đại diện và bán những bất động sản có kiến trúc đẹp, nổi tiếng trong lịch sử. Công ty chủ yếu hoạt động ở Nam Califonia.

Khi bạn mua bất động sản, ba nguyên tắc quan trọng nhất vẫn là: vị trí, vị trí và vị trí.

Khi bạn bán bất động sản, ba nguyên tắc quan trọng nhất là: Không che giấu, không che giấu và không che giấu. Trung thực sẽ thắng thế.

64. Mua và chờ đợi

TERRY MURPHY

Terry Murphy là một diễn giả chuyên nghiệp, là CIO của Mỹ. Ông đã học ở Đại học Memphis và là tác giả của nhiều tạp chí như: Bản tin về đại lý môi giới (Broker Agent News), Tạp chí người sáng tạo thế chấp (Mortage Originator), Bất động sản Times (Realty Times) và Phụ nữ Memphis (Memphis Woman).

Ông Cavett Robert vĩ đại, người sáng lập ra Hiệp hội diễn giả quốc gia (National Speakers Association) và là một nhà kinh doanh lâu đời, đã phát biểu một câu mà tôi rất tâm đắc: “Đừng đợi để mua bất động sản - hãy mua bất động sản và đợi.” Đây là một lời khuyên đáng tin cậy, nó đã giúp ích cho tôi và rất nhiều khách hàng của tôi trong những năm qua.

Trừ những trường hợp ngoại lệ như thảm hoạ nhân tạo Chernobyl xuất hiện và tác động đến thị trường bất động sản, nhìn chung, thị trường bất động sản ở hầu khắp các khu vực tăng giá.

Hầu hết những người bình thường (xin lỗi Donald, không phải là ông đâu!) đầu tư vào khu vực họ sống nhưng họ lại không thể làm giàu thêm cho mình nhờ đầu tư vào bất động sản khác.

Tôi giới thiệu thêm 3 bước hành động dưới đây để góp phần vào lời khuyên của Cavett, giúp mọi người biết cách mua bất động sản và chờ đợi.

Bước 1: Bắt đầu với một kế hoạch. Xây dựng một kế hoạch chiến lược (đầu tư vào bất động sản lâu dài hay ngắn hạn). Bạn có thể chọn giữ bất động sản trong một thời gian dài hay trong một thời gian ngắn và bán nó đi để thu lợi nhuận ngắn hạn.

Nếu kế hoạch của bạn là giữ bất động sản trong một vài năm, chiến lược của bạn cần phải có những đánh giá hàng năm và thu nhập bất động sản ổn định để trả món nợ thế chấp và đem lại lợi nhuận cho bạn. Tuy nhiên, nếu kế hoạch của bạn là giữ bất động sản trong

một thời gian ngắn, bạn sẽ phải nghĩ đến việc thuê một công ty quản lý bất động sản chuyên nghiệp, đầu tư một món tiền để sửa chữa, thay thế và trông coi, tiết kiệm tiền để bù vào số thu nhập bất động sản trong trường hợp bị thiếu và tính toán ảnh hưởng lâu dài của khu vực xung quanh về lâu dài. Nếu mảnh đất hay ngôi nhà đó thuộc khu vực tiện cho sinh hoạt: gần trung tâm và trường học, rất gần bến xe buýt hay các điểm giao thông công cộng, bạn có thể chắc chắn rằng; thu nhập bất động sản sẽ tăng lên đều đặn.

Nếu bạn dự định giữ bất động sản trong một vài năm, bạn nên xem xét lợi nhuận của món nợ thế chấp có thời hạn trả dần ngắn hơn, nhờ đó, bạn có thể trả món nợ sớm hơn và vào thời gian cụ thể hơn. Nếu bạn có thể trả món nợ thế chấp trong thời hạn từ 10 đến 20 năm, bạn sẽ tạo ra luồng tiền mặt dư nhanh hơn so với những món nợ truyền thống kéo dài 30 năm. Chiến lược của bạn có thể cần tới một số bất động sản khác. Sử dụng vốn cổ phần bất động sản làm đòn bẩy để đảm bảo tiền đầu tư phát sinh. Kế hoạch nắm giữ lâu dài không gây sức ép về tài chính. Kế hoạch nắm giữ ngắn hạn có thể là một cách cực kỳ hay để thu tiền mặt, nhưng một điều cần chắc chắn là bất động sản nằm ở một khu vực thuận lợi, có thể đảm bảo được nguồn thu nhập bất động sản ổn định; sau đó, hãy để bất động sản mang lợi nhuận về cho bạn. Trước khi bạn biết đó, 10 năm có thể đã qua đi, và với một chiến lược đầu tư sáng suốt, bạn sẽ tận hưởng cảm giác sung sướng khi hàng tháng, giá trị bất động sản của bạn được đánh giá cao hơn; bất động sản và tiền của bạn đã mang lợi nhuận về cho bạn.

Mua một ngôi nhà cho mình và gia đình cũng là một cách để bắt đầu đầu tư bất động sản. Vụ mua bán này là một bước đầu tư và có thể sử dụng để mua thêm bất động sản. Tuy nhiên, hầu hết mọi người thường để tâm đến việc mua một món quà cho ngày nghỉ lễ hơn là kinh doanh bất động sản.

Hãy siêng năng thêm một chút và xác định rõ mục tiêu tài chính của mình. Bạn có kế hoạch sống trong ngôi nhà đó không và nếu có thì là bao lâu? Câu trả lời cho câu hỏi này sẽ giúp xác định chiến lược tốt nhất. Cần xem xét các nhân tố như: lịch sử thị trường tại chỗ, kế hoạch phân khu và qui hoạch của địa phương, những công trình mới xây dựng... Hãy tính toán kỹ lưỡng và xét đến tình hình của mình: Nếu bạn còn độc thân, bạn muốn đầu tư vào bất động sản và bạn muốn bắt đầu từ việc tìm một nơi khiêm tốn để ở. Hãy sử dụng thời gian này để tìm hiểu về bổn phận và nghĩa vụ của người chủ ngôi nhà

hay mảnh đất đá, hãy xây dựng uy tín cho mình; tìm kiếm và xây dựng những mối quan hệ giúp ích cho bạn trong tương lai.

Bước 2: Thành lập một nhóm chuyên gia. Bạn sẽ cảm thấy việc học đầu tư vào bất động sản trở nên dễ dàng hơn, nếu bạn được tiếp xúc với lĩnh vực này thường xuyên. Internet, sách vở, những hội thảo chuyên đề bất động sản... có thể đáp ứng được nhu cầu của bạn. Lời khuyên tốt nhất là hãy tìm kiếm và thành lập một nhóm các chuyên gia vì kinh doanh bất động sản là một cuộc phiêu lưu nhiều mặt. Bạn không thể biết hết được các mặt đó. Cố gắng tự học tất cả có thể là một việc quá sức với bạn và cả với cái ví của bạn nữa.

Hãy phỏng vấn và thăm dò những người có tài mà bạn mong là sẽ tham gia vào nhóm của mình. Hãy phỏng vấn những chủ đại lý bất động sản, chủ xây dựng, giám định viên, người cho vay nợ, người có vị trí quan trọng trong ngân hàng, kế toán và những người được uỷ quyền, những người chuyên về lĩnh vực bất động sản trước khi bạn bắt đầu thăm dò, tìm kiếm bất động sản. Hãy chọn những chuyên gia có tác phong giống bạn. Mỗi khu vực đều có sắc thái riêng và điều này sẽ ảnh hưởng đến giá trị bất động sản của bạn tại đó. Dân địa phương có thể biết rất rõ những đặc điểm riêng đó nhưng bạn không thể tìm thấy chúng trong bất cứ cuốn sách hay tờ báo về kinh doanh bất động sản nào. Có bên mình một nhóm cộng sự mà bạn tin tưởng sẽ khiến việc tìm kiếm và mua bất động sản của bạn trôi chảy hơn.

Khi tôi chuyển từ Chicago về Memphis, tôi đã cố gắng tìm kiếm một biệt thự trong khu nhà giàu. Những ngôi nhà kiểu này rất hiếm. Chủ nhà đang rao bán ngôi nhà, nhưng sau khi chúng tôi thống nhất về giá cả của ngôi nhà thì người ta định giá ngôi nhà thấp hơn so với lời đề nghị của tôi. Điều này có lợi cho tôi nhưng không có lợi cho bà ta vì chỉ trong vòng chưa đầy 24 tháng sau, giá của ngôi nhà đã tăng lên gấp đôi. Tuy nhiên, giá của những ngôi nhà xung quanh đó chỉ tăng từ 2 - 3% một năm. Bài học ở đây là: hãy điều tra cẩn thận, đặt câu hỏi và tiếp tục điều tra trước khi quyết định đầu tư. Câu châm ngôn cũ “vị trí, vị trí, vị trí” vẫn còn nguyên giá trị của nó.

Bước 3: Thực hiện kế hoạch. Hãy sử dụng những đường lối đã vạch ra để xây dựng danh mục đầu tư của mình. Tập hợp nhóm chuyên gia để tiến hành thảo luận và đưa ra quyết định tối ưu. Thường xuyên dành thời gian điều tra thị trường. Rất nhiều nhà đầu tư, do mới bắt đầu kinh doanh bất động sản, thường đánh giá thấp

tầm quan trọng của việc điều tra thị trường một cách đều đặn. Bởi vì nó sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới sự thành bại của vụ đầu tư. Tôi đã từng tư vấn cho rất nhiều nhà đầu tư để họ mua những bất động sản được quản lý bởi một công ty quản lý bất động sản. Sau đó, những nhà đầu tư đó thường lơ là kiểm tra giá trị của bất động sản hay điều tra yêu cầu bảo dưỡng, xem xét nguy cơ lỗi thời, đánh giá nguy cơ cạnh tranh từ những ngôi nhà mới xây hay dự kiến xây ở khu vực đó. Và họ cho rằng mình chẳng kiếm thêm được tí lợi nhuận nào cả. Đây không phải là một kế hoạch tốt.

Có một điều bạn có thể chắc chắn, đó là: thị trường bất động sản thay đổi hàng ngày. Nó không thay đổi nhanh như thị trường chứng khoán nhưng có một thứ tác động đến bất động sản hàng ngày: công ty phá sản, công ty mới thành lập, giao thông công cộng, thuế mới, trường học mới, trung tâm thương mại mới và dự án nâng cấp khu vực trung tâm.

Lời khuyên tuyệt nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng nhận được là hãy mua bất động sản và chờ đợi. Trong 10 năm, mỗi năm mua một bất động sản, thậm chí một vụ đầu tư khiêm tốn nhất cũng cho phép bạn kiếm được tiền, kể cả khi bạn ngủ; hơn nữa, khoản tiền đó thường lớn hơn số tiền bạn có thể kiếm được khi làm việc rất chăm chỉ. Khi bạn chú ý cẩn thận, công sức đầu tư của bạn sẽ được đền đáp. Và như Cavett vẫn nói, hãy kiếm tiền khi chờ đợi. Chúc may mắn!

65. Đánh giá rủi ro

JOSHUA L. MUSS
Joshua L. Muss là Chủ tịch của Công ty Muss Development, một trong những công ty bất động sản phát triển nhất ở thành phố New York.

Trong nhiều năm liền, sự phát triển của thành phố New York chịu sự chi phối của các gia đình kinh doanh bất động sản. Cần phải có truyền thống lâu đời để tích luỹ đủ vốn và kinh nghiệm, hiểu ra các quy luật của vòng quay tỷ lệ lãi suất, chứng kiến giai đoạn thị trường khủng hoảng cũng như những thời kì làm ăn phát đạt có thể kéo dài hàng thập kỷ... và rất nhiều trải nghiệm khác nữa.

Ông tôi - Isaac Muss - đến Mỹ năm 1906. Ông bắt đầu xây dựng cơ nghiệp hoành tráng của mình ở Brooklyn, và khi thời kỳ Đại suy thoái bùng nổ, nó đã chôn vùi mọi thành quả của ông. Bố tôi là Hyman, một trong 11 người con của ông, đã quyết định nối nghiệp cha sau chiến tranh thế giới lần thứ Hai. Ngân sách tài chính lúc bấy giờ hết sức hạn hẹp, quy mô dự án rất khiêm tốn. Nhu cầu mua bán các khu nhà xây dựng theo kiểu stick - built cũng làm nóng lên các dự án kinh doanh bất động sản thương mại, tuy nhiên, quy mô vẫn chỉ ở mức nhỏ lẻ, mỗi thời điểm một dự án.

Tốt nghiệp trường Luật ra, tôi dành trọn 5 năm thực tập với sự phục tùng thầm lặng và tôn thờ tuyệt đối người cha của mình. Tôi tin tưởng mọi điều ông làm đều đúng đắn. Nhưng 5 năm sau đó, tôi nhận ra tất cả những thứ Hyman Muss làm đều sai! Chúng tôi đã xây nhầm thứ và làm nhầm chỗ. Không có dự án nào đủ hấp dẫn và đủ lớn. Cái chúng tôi cần là một người cộng sự giỏi kiếm tiền để chúng tôi có thể trở thành những "người thành công nhất". Nhưng bố tôi lại trả lời rằng: "Nếu anh có một dự án tốt, anh sẽ không cần đến một cộng sự. Nếu anh có một dự án tồi, anh cũng chẳng muốn có một cộng sự."

Nhiều thập kỷ sau, khi chúng tôi có nhiều dự án tầm cỡ hơn, tôi suy ngẫm về những lời nói đã thấm sâu trong tâm trí của tôi. Nghe theo lời khuyên của ông, (ông dù sao cũng từng là sếp!), tôi tìm kiếm

những dự án có quy mô lớn hơn và tất nhiên là phải “không có rủi ro”. Quy trình thực hiện hết sức đơn giản: tìm những miếng đất rẻ, cải tạo, quy hoạch lại môi trường xung quanh, sắp xếp những việc cần làm, tiến hành thi công xây dựng và thu lợi nhuận. Miễn là có được cơ hội. Khá đơn giản. Đôi khi là như vậy.

Tuy nhiên, trong thập kỷ cuối của thế kỷ 20 và bước sang đầu thế kỷ 21, cuộc sống trở nên phức tạp hơn. Không còn những luật lệ tài chính “thông thường” nữa. Thời kì hoàng kim của các gia đình kinh doanh kiểu cha truyền con nối được bổ sung, nếu không muốn nói là bị thay thế, bằng các công ty đầu tư bất động sản theo nhóm , các quỹ đầu tư cơ hội và các công ty cổ phần hùng mạnh. Phương pháp đầu tư tiền đầu tư dài hạn nhường chỗ cho phương pháp dự thảo vốn IRRs . Quy mô các dự án đều lên đến tiền tỉ. Mỗi ngày lại xuất hiện thêm nhiều doanh nhân mới, tuy còn thiếu kinh nghiệm và thậm chí ít vốn, song cùng với những đối tác đầy triển vọng, họ đang đi những bước tiến vô cùng to lớn.

Tôi vẫn tiếp tục lưu tâm đến lời khuyên của cha với một chút thay đổi: tôi đánh giá trong mỗi dự án như thế, rủi ro là của chính mình và tôi cần phải giải quyết chúng. Khi tôi cảm thấy hài lòng với dự án và tự thấy có thể tiến hành mà không cần nhờ đến một cộng sự nào, tôi vẫn mời họ tham gia. Trong thế giới kinh doanh bất động sản ngày nay, bạn “cần” và bạn “muốn” có những người cộng sự. Tinh thần hợp tác tốt sẽ giúp công ty Muss Development gặt hái thành công và tiếp tục phát triển trên suốt chặng đường dài hàng trăm năm tới.

66. Tìm kiếm một kiến trúc sư giỏi

ENRIQUE NORTEN

Enrique Norten là người sáng lập ra Công ty TEN Arquitectos ở Mexico City vào năm 1986 và sau này có văn phòng thứ hai mở tại New York. Hiện nay, ông là Chủ tịch trường đại học Pennsylvania và là Giáo sư thỉnh giảng cho Eero Saarinen thuộc khoa Thiết kê kiến trúc trường Đại học kiến trúc Yale.

Tất cả mọi người đều đã được nghe đến một lời khuyên vô cùng bổ ích là phải biết chọn địa điểm thích hợp. Thực tế đúng như vậy - địa điểm đóng vai trò cực kỳ quan trọng. Nhưng tôi cho rằng, một công trình có kiến trúc đẹp, thiết kế đẹp sẽ còn giúp bán được dễ dàng hơn. Nhất là đối với những thị trường phức tạp như New York hay một số thành phố lớn khác thì tôi càng chắc chắn rằng, kiến trúc đẹp sẽ là yếu tố quyết định trong thị trường đó. Kiến trúc đẹp hơn, thiết kế đẹp hơn không chỉ giúp bán nhanh hơn mà còn được giá cao hơn so với một công trình đơn thuần. Kiến trúc tốt mà lại có thêm vị trí đẹp thì sẽ còn tuyệt vời hơn nữa.

67. Hãy nhớ rằng bất động sản là ngành kinh doanh tuần hoàn

ELAN PADEH

Elan Padeh là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc tập đoàn The Developers Group, đồng thời là người uỷ nhiệm, chủ đất, nhà phát triển và là cố vấn viên về các thị trường bất động sản thương mại và nhà ở.

Công thức cho những người thực sự muốn thành công trong lĩnh vực bất động sản rất đơn giản, nhưng việc thực hiện công thức đó lại không dễ chút nào. Công thức ư? Hãy nghiên cứu tất cả những gì có thể về loại hình sản phẩm, thị trường cũng như tình hình ở các khu vực lân cận. Xác định đối tượng khách hàng của bạn và tìm hiểu xem họ có nhu cầu gì. Tìm ra lĩnh vực tài chính, xây dựng hay phát triển có khả năng mang lại lợi ích cho khách hàng của bạn; liệu họ là người mua, nhà đầu tư hay nhà phát triển? Luôn nhớ rằng không nên đánh giá quá cao kinh nghiệm và đừng bao giờ bước chân vào trò chơi này chỉ để kiếm tiền chớp nhoáng.

Có một điều bạn nên ghi nhớ: bất động sản là ngành kinh doanh có tính chất tuần hoàn. Những người hay nhắc đến hiện tượng "tăng vọt giá do đầu cơ" trong bất động sản là những người không đầu tư nhiều thời gian để tìm hiểu đúng bản chất của lĩnh vực này. Ngay cả ở những giai đoạn thị trường sôi động nhất, bất động sản vẫn chỉ là lĩnh vực đầu tư của một số ít người. Và những nhà đầu tư hay nhà phát triển có đủ hiểu biết về quy luật tuần hoàn trong lĩnh vực này sẽ biết lựa chọn chính xác thời điểm thích hợp cho họ. Ví dụ như giá nhà đất trong năm 2006 là quá cao đối với nhiều chủ đất tiềm năng. Tuy nhiên, giá cao không có nghĩa là không ai mua nổi hoặc không sẵn lòng mua. Trái lại, điều đó có nghĩa là trong thị trường luôn có những người dự trữ tiền, những người tham gia Hệ thống trao đổi 1031 hoặc những cá nhân có thể đợi đến hàng ba thập kỷ để kiếm các khoản tiền chênh lệch nhờ đầu tư.

Ngoài ra, tôi hoàn toàn tin tưởng rằng, đầu tư sáng suốt là phải mua tài sản và nắm giữ chúng. Trong mấy năm gần đây, thị trường

dấy lên kiểu “đầu tư mì ăn liền”, tức là mua một tài sản với giá rẻ, sau đó sửa sang, gia cố rồi nhanh chóng bán lại với mức giá chênh lệch và thu lợi nhuận. Đôi khi cách này cũng có hiệu quả. Nhưng nếu bạn thực sự muốn kiếm những khoản tiền lãi khổng lồ thì chỉ có cách duy nhất là mua tài sản, nắm giữ, cho thuê và sau đó lại chọn đúng thời điểm phù hợp để bán lại.

Đối với các nhà phát triển, đây là cơ hội làm ăn tuyệt vời nhất, đặc biệt là những cơ hội ở khu vực New York. Con người đang sống lâu hơn và ngày càng có nhiều người di chuyển đến vùng đất này. Những người có tầm nhìn có thể thấy trước và thiết lập các cơ hội vàng ở những vùng đất mà người khác chưa kịp nhìn ra. Ví dụ như nhiều người nghĩ vùng Bedford Stuyvesant là nơi hoàn toàn ế ẩm, không gì cứu vãn nổi, nhưng đối với những người có đầu óc, có con mắt quan sát thì đây lại là mảnh đất hứa hẹn sẽ phát triển trong tương lai. Tôi cam đoan rằng trên khắp nước Mỹ vẫn còn vô số những vùng đất rộng lớn có tiềm năng tương tự như vậy. Có thêm một thay đổi khác nữa về nhân khẩu học mà tôi và người cộng sự của mình đã biết cách khai thác thành công. Cách đây 10 năm, nhiều bậc cha mẹ hiểu biết quyết định mua cư xá cho con cái vì họ tin rằng đó là một sự đầu tư khôn ngoan. Quả thật là như vậy! Mua cư xá, các ông bố, bà mẹ tin rằng sau này họ có thể bán lại với mức giá chênh lệch cao và bọn trẻ cũng sẽ là những người trả tiền thuê nhà. Tuy nhiên, lũ trẻ “người lớn” bướng bỉnh này vốn thích tự lựa chọn căn hộ cho mình. Thêm nữa, bọn trẻ có xu hướng thay đổi thị hiếu liên tục, cứ khoảng chục năm thì chúng lại đổi nhà ở một lần; cho nên, nếu bạn chiều chúng được một lần thì đến lần thứ hai, khi đổi nhà, có thể chúng vẫn tìm đến bạn. Do thị hiếu mỗi đứa một kiểu nên yếu tố quyết định thành công là phải biết thiết kế không gian và nội thất sao cho thật hợp mắt.

Khi đám thanh niên này muốn mua, vấn đề khó khăn nhất của chúng là khả năng tài chính có hạn. Tôi và các cộng sự nhận ra rằng, các khu vực trước đó từng bị suy thoái, trì trệ, hoá ra lại là những vùng ẩn chứa nhiều tiềm năng lớn. Ví dụ như theo các quy định của liên bang và bang, các chủ kinh doanh ngân hàng ở những khu vực kinh tế suy thoái được phép cấp vốn để mua bán tài sản với tỷ lệ lãi suất thấp hơn 1 đến 2 điểm so với mức hiện hành ở các thị trường khác. Nhưng chẳng ai biết được cái gọi là “khu vực suy thoái” sẽ có thể thay đổi chóng mặt đến mức nào nếu cứ nhìn vào các bản báo cáo đánh giá của Cục Dân số Hoa Kỳ về những khu vực “suy thoái” này.

Do đó, nếu một khu vực thị trường có dấu hiệu đi lên thì các chủ ngân hàng khôn ngoan có thể tung ra các khoản cho vay với mức lãi suất hấp dẫn để thu hút những khách hàng trẻ tuổi, từ đó tạo ra thế có lợi cho cả hai bên.

Một ý tưởng sáng tạo nho nhỏ có thể giúp nhà phát triển gặt hái nhiều thành công lớn. Các khách hàng trẻ tuổi thường muốn có một hoặc hai phòng ngủ, song chúng không định hình cụ thể được cấu trúc căn phòng đó sẽ như thế nào. Đây là cơ hội mà nhà phát triển có thể nắm bắt. Ví dụ như, nếu một căn phòng gồm 2 giường được thiết kế theo kiểu truyền thống, tức là hết phòng này nối tiếp phòng nọ thì sẽ lãng phí vài mét vuông cho phần diện tích hành lang. Thay vì đó, nếu thiết kế phòng theo kiểu split thì không gian sẽ được tận dụng triệt để. Xây một căn hộ theo kiểu truyền thống mất tổng diện tích khoảng 337 mét vuông, trong khi đó, nếu làm kiểu thứ hai thì sẽ chỉ mất khoảng 315 mét vuông. Nếu một toà nhà có tổng cộng 100 căn hộ và 50 căn được xây theo kiểu "split" thì nhà phát triển sẽ tiết kiệm được 1125 mét vuông; trong khi đó, nếu xây theo kiểu truyền thống thì sẽ phải mất thêm 2 triệu đô la. Đầu tư khôn ngoan là vừa biết làm hài lòng khách hàng vừa thu được hiệu quả tối đa. Đó là lời khuyên chúng tôi muốn gửi tới các bạn.

Những người thực sự thành công trong lĩnh vực bất động sản, dù họ hoạt động trong mảng kinh doanh nào thì cũng đều phải tuân thủ hai điều: làm việc chăm chỉ và say mê công việc. Bất kì ai khi mới bắt đầu sự nghiệp kinh doanh đều gặp vô vàn khó khăn, nhưng nếu có lòng nhiệt tình đúng mức và có tinh thần làm việc hăng say thì kết quả sẽ còn vượt xa cả sự mong đợi của bạn. Tôi yêu công việc của tôi và tôi chỉ chọn làm việc với những người cũng có niềm yêu thích giống như tôi. Vâng, chúng tôi yêu đồng tiền chúng tôi làm ra, nhưng tiền chỉ như là một sản phẩm phụ bên cạnh những mục tiêu mà chúng ta đạt được. Bất động sản là một lĩnh vực kinh doanh ngốn rất nhiều thời gian sống của bạn, song nó cũng biết đền đáp hào phóng sau mỗi phút bạn dành cho nó.

68. Trong tương lai mọi thứ sẽ nhỏ bé và rất nhanh

JOHN M. PECKHAM III

John M. "Jack" Peckham là Giám đốc điều hành của công ty Real Estate CyberSpace Society (REcyber.com) công ty có tổng số thành viên là khoảng 10 nghìn người.

"Hãy đến xem!"

Năm 1994, trong một buổi trưng bày hàng thương mại công nghệ, một người đàn ông đã nói với tất cả những ai đang chăm chú theo dõi: "Hãy đến xem!". Anh ta đang giới thiệu một chương trình phần mềm máy tính mới có tên gọi là "Mosaic" giúp lướt net dễ dàng bằng cách bấm chuột vào các biểu tượng nhỏ. Khi anh đứng sang một bên, tôi vồ lấy con chuột và sau hai cú click chuột, tôi cảm thấy mình như chiếc mũi tên bay xuyên qua không gian Internet rộng lớn rồi dừng lại tại đúng nơi có thông tin tôi cần - một thư viện ở Pretoria, Nam Phi. Thấm thía khoảng thời gian hơn một năm phải khổ sở dò tìm thông tin trên Internet bằng những khẩu lệnh dài lê thê và rắc rối, tôi khẽ huýt sáo và nói với anh ta: "Công nghệ này sẽ làm thay đổi thế giới bất động sản của tôi nhưng thay đổi đến mức nào thì hiện tại chúng ta chưa thể hình dung được!"

Tìm kiếm càng nhiều thông tin càng tốt

Lời khuyên tốt nhất mà tôi được nhận là phải biết tận dụng sức mạnh và tính chất mở của Internet để thu thập, tìm hiểu và phổ biến thông tin. Năm 1963, tôi thành lập công ty Data Realty chuyên trách dịch vụ môi giới; công ty đã giúp chúng tôi thu về hàng trăm triệu đô la nhờ việc bán các tài sản đầu tư bất động sản. Bí quyết của chúng tôi là dùng máy bấm lỗ và máy phân loại cũ của IBM để tìm kiếm những tài sản bất động sản phù hợp với tiêu chuẩn của các nhà đầu tư. Tất nhiên là sức mạnh của máy tính lúc đó chẳng là gì so với hiện nay

nhưng tại thời điểm ấy, trong mắt giới báo chí và giới kinh doanh bất động sản thì chúng tôi thực sự là những doanh nhân thần kỳ bởi khả năng lấy được lượng thông tin đáng kể với tốc độ không ngờ.

Cho đến năm 1966 thì tất cả mọi người vẫn hô câu thần chú cũ mèm "vị trí, vị trí, vị trí". Hai năm trước khi buổi giới thiệu sản phẩm công nghệ kể trên diễn ra, đã có lúc trực giác của tôi mách bảo rằng: những người chiến thắng trong cuộc chiến bất động sản này phải là những người biết câu thần chú của kỉ nguyên công nghệ, đó là "thông tin, thông tin, thông tin". Tất nhiên, vẫn không thể bỏ qua nguyên tắc "vị trí, vị trí, vị trí". Nhận thức được điều này, vào năm 1966, chúng tôi đã lập trang web www.Recyber.com cho công ty Real Estate Cyberspace Society và cho đến nay, tổng số thành viên của 120 hội đã lên đến 10 nghìn người.

Đối với người làm trong ngành kinh doanh bất động sản thì phương tiện hỗ trợ đắc lực và có sức mạnh nhất là tốc độ và lượng thông tin mà anh ta có thể quảng bá hoặc thu thập. Ngay sau khi nhận ra rằng chỉ cần mất vỏn vẹn 3 tiếng đồng hồ truy cập Internet là có thể tìm được 8 khách hàng mua tài sản đầu tư Walgreen trị giá 2,6 triệu đô la thì tôi quyết định: cần phát triển thêm các công cụ truyền thông tin qua mạng Internet cho công ty Society.

Câu nói "Hãy đến xem!" vẫn văng vẳng bên tai, dường như thúc giục tôi cần phải khám phá thêm các công cụ Internet. Một ví dụ, công ty Society đã sớm cung cấp cho các thành viên một số công cụ hỗ trợ làm hợp đồng đầy hiệu quả như chương trình Email Broadcast Wizard. Khi sử dụng công cụ này, những người môi giới bất động sản thương mại và các nhà đầu tư chỉ cần viết một thư quảng cáo tài sản đầu tư hoặc thư yêu cầu đầu tư và gửi cùng lúc đến một danh sách gồm hàng nghìn người nhận. Những người này đều có nhu cầu nhận thư và đã đăng ký theo danh sách, do đó nhân viên không sợ phải gửi thư rác đến những địa chỉ không quen biết.

Tiết kiệm thời gian và tiền bạc

Thành công từ việc sử dụng công cụ này cho thấy sức mạnh của Internet, tất nhiên là nếu các thông tin mà nó cung cấp được đặt vào những bàn tay thích hợp, tại đúng thời điểm. Các chuyên gia

marketing qua Internet đã miêu tả phương thức quảng cáo này là "cú hích quảng cáo", vì nhờ phương tiện này, thông tin sẽ xuất hiện ngay trước mắt khách hàng. Họ không cần phải đi đâu hoặc làm bất cứ điều gì, ngoài việc mở hộp thư ra. Và một lợi thế khác nữa của hình thức quảng cáo này là nó hoàn toàn miễn phí.

Khi tôi so sánh hình thức quảng cáo thông tin qua Internet (ví dụ trong trường hợp gửi thông tin rao bán các khoản đầu tư bất động sản đến 10 nghìn khách hàng) với phương pháp truyền thống là in tờ bướm, nhét vào trong các phong bì, đề địa chỉ, dán tem và sau đó là kéo lê cả đống đến bưu điện thì tôi có thể thấy vô vàn lợi ích từ cách thức truyền thông điện tử nhanh gọn này. Ngoài lợi thế về giá thành còn có một số lợi thế khác như: tốc độ nhanh, thu kết quả sớm và thông tin được đặt "ngay trước mắt bạn". Nếu bạn sử dụng các phương pháp truyền thống, để có 10 nghìn người mua tiềm năng, có thể phải chi tới 10 nghìn đô la. Trái lại khi sử dụng các phương pháp liên lạc tức thời như chương trình Email Broadcast Wizard của hãng Bất động sản CyberSpace Society, chi phí cho một bức thư điện tử là 0!

Chương trình Real Buyer Direct là một minh chứng khác về sức mạnh và vai trò của thông tin. Nó giúp các nhà đầu tư bất động sản và các nhà môi giới nhanh chóng đáp ứng được đúng loại tài sản mà một người mua đang cần - hoặc giúp người mua gặp gỡ được đúng người bán loại tài sản đó. Công ty Society lưu trữ dữ liệu và tạo điều kiện để các thành viên có thể chọn ra danh sách những người bán hoặc người mua tiềm năng trong hơn 8.000 cơ sở dữ liệu. Từ đó, họ có thể gửi ngay thư điện tử đến một danh sách có các đối tác phù hợp nhất. Toàn bộ công đoạn được thực hiện trong chưa đầy 2 phút. Sức mạnh của Internet trong việc tập hợp và phổ biến thông tin đã giúp cả những nhà đầu tư nhỏ và các nhà môi giới có cơ hội tiếp cận thông tin ngang nhau; ưu thế này, trước đây chỉ thuộc về các hãng có hầu bao lớn.

Trong một tương lai rất gần, chúng ta sẽ chứng kiến ảnh hưởng to lớn của công nghệ truyền dữ liệu video và audio thông qua hệ thống định dạng dữ liệu RSS (Really Simple Syndication). Hệ thống này cho phép người sử dụng gửi và truyền thông tin nhanh chóng hơn. Người ta kết hợp công nghệ này với công nghệ tích hợp nhận và truyền thông tin vào trong điện thoại di động, và rồi chúng ta sẽ còn chứng kiến những công nghệ tích hợp khác nữa của điện thoại di

động, như hệ thống nhắn tin, thiết bị hỗ trợ cá nhân PDA, thiết bị đo đạc định vị, dò tìm dấu vết, các hệ thống bảo mật cá nhân, máy nghe nhạc MP3, các hệ thống RSS, các đầu thu vô tuyến, các máy chiếu dữ liệu đưa hình ảnh, video lên màn hình khiến cho chúng hiện ra ngay trước mắt chúng ta cùng với các hiệu ứng âm thanh. Ngoài ra, còn rất nhiều các thiết bị khác nữa với những chức năng mà chúng ta chưa thể hình dung ra được trong ngày hôm nay.

Tăng tốc độ và giảm quy mô

Cách đây một vài năm, tôi phải chuẩn bị một bài diễn văn quan trọng để đọc trước 500 thành viên của Viện CCIM nhân Hội nghị giáo dục thường niên tổ chức tại Toronto. Tối hôm đó, rất nhiều thành viên của CCIM đưa gia đình, con cái họ đi cùng; có tổng cộng khoảng 20 đứa trẻ. Trong nhiều năm liền, tôi có thú chơi ảo thuật nên trong các buổi nói chuyện, tôi thường dùng "những phép màu" này. Tối hôm đó, tôi nhờ người tổ chức sự kiện đứng ra sắp xếp một khoảng không gian nhỏ cho tôi ở ngay trước bậc cầu thang để tôi phát biểu, tập hợp tất cả bọn trẻ lại (trung bình từ 3 đến 13 tuổi) và để chúng ngồi ở trên sàn.

Sau khi tôi được người dẫn chương trình giới thiệu, khoảng năm trăm khách mời tham dự bắt đầu trật tự để lắng nghe, tôi mời họ ngồi xuống và im lặng một vài phút trước khi bắt đầu nói, vì tôi muốn loè lũ trẻ một chút. Trong chương trình biểu diễn ảo thuật nho nhỏ của mình, tôi hỏi đám trẻ có bao nhiêu đứa muốn làm kinh doanh bất động sản như cha hoặc mẹ chúng. Có 3 trong số 19 đứa giơ tay (đứa thứ 20 lúc đó đang ngủ gật).

Để ý thấy có chiếc ghế trống đặt cạnh tôi trên sân khấu, tôi mời một cô bé 11 tuổi lên với tôi. Cô bé tỏ ý cũng muốn kinh doanh bất động sản như tôi. Năm trăm cặp mắt của các chuyên gia bất động sản chăm chú hướng vào tôi và cô bé.

Chúng tôi nói chuyện một cách ngắn gọn và cùng dùng chung một chiếc micro. Sự chân thành của cô bé làm tôi rất ấn tượng. Sau đó, tôi đã làm một việc mạo hiểm nhất trong sự nghiệp diễn thuyết của mình từ trước đến nay, tôi hỏi cô bé: Liệu ngành kinh doanh bất động sản sẽ như thế nào khi cô 10 hoặc 15 tuổi nữa?" Tôi nín thở, trong đầu

biết rằng nếu con bé muốn, nó sẽ nhìn tôi trừng trừng và nói "Chú bị điên à?", hoặc chỉ nhìn và nói "Cháu không biết", hoặc đứng như trời trồng.

Nhưng không! Cô bé nhìn tôi với tất cả sự chân thành có thể có ở một đứa trẻ 11 tuổi. Không phản ứng chậm một nhịp nào, cô nói với thái độ cực kỳ nghiêm trang: "Mọi thứ sẽ rất nhỏ và rất nhanh!"

Những từ ngữ đơn giản mà cô bé dùng để miêu tả về tương lai chính xác hơn tất cả những lời tiên đoán của các thầy bói cộng lại. Tôi vẫn thấy rùng mình mỗi khi nghĩ đến lời mô tả của em về tương lai ngành bất động sản. Bạn hãy dành một chút thời gian nghĩ về điều này, tôi tin chắc rằng, bạn cũng sẽ có cảm nghĩ giống như tôi.

Các công cụ mà ngày nay chúng ta đang sở hữu cho phép cả các nhà đầu tư lẫn người môi giới thực hiện được những điều mà tôi khó có thể hình dung nổi vào thời điểm tôi nghe thấy tiếng ai đó nói "Hãy đến xem!" trên sàn buổi triển lãm hàng thương mại công nghệ năm 1994.

Giờ thì tôi tặng bạn lời khuyên này: "Hãy đến xem!". Những thay đổi từ năm 1994 sẽ chẳng là gì khi ta được chứng kiến tiếp những đổi thay mới, có sức ảnh hưởng to lớn đến bất động sản trong 5 năm tiếp theo. Chúng ta sẽ thu thập, tổ chức, sắp xếp và giới thiệu thông tin sao cho những quyết định của chúng ta trong lĩnh vực này ngày càng trở nên hoàn thiện, chính xác. Mọi thứ đều sẽ rất nhỏ bé và rất nhanh!

69. Hiểu biết, nhiệt tình, chính trực và chăm chỉ

SUSAN PENZNER

Susan Penzner đang là Chủ tịch tập đoàn Bất động sản Susan Penzner và bà cũng rất năng động trong khu vực kinh doanh bất động sản ở các công ty Soho, Tribeca và Chelsea từ năm 1978. Hiện bà là thành viên của Uỷ ban bất động sản New York.

Để đạt được thành công trong lĩnh vực bất động sản, bạn cần có 3 yếu tố quan trọng sau: hiểu biết, nhiệt tình và chính trực.

1. Sự hiểu biết. Tất cả mọi người đều công nhận rằng, là một nhà kinh doanh bất động sản thông thái, bạn cần phải hiểu rõ về sản phẩm của mình, phải biết mình kinh doanh trong lĩnh vực bất động sản thương mại hay nhà ở và phải xác định thị trường nào phù hợp cho sản phẩm của bạn; nếu không, bạn sẽ khó đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Có một điều quan trọng mà nhiều người không để ý, đó là yếu tố môi trường xung quanh của "sản phẩm" nhà đất mà bạn đang bán cũng quan trọng không kém không gian hay nội thất của chính căn nhà đó. Bán nhà cũng có nghĩa là bán cả sự tiện nghi, thoải mái mà môi trường xung quanh cơ ngơi đó mang lại cho cuộc sống của người chủ. Biết được nơi giặt khô là hơi tốt nhất, cửa hàng bán hoa sáng tạo nhất, cửa hàng photocopy tiện lợi nhất và nơi cung cấp lương thực thực, phẩm an toàn nhất cũng quan trọng chẳng kém gì việc quyết định chất lượng công trình thi công, các phương tiện đi lại công cộng có sẵn không, và cả không gian bên trong ngôi nhà. Rất nhiều cá nhân kinh doanh bất động sản, nhất là những người tập trung vào lĩnh vực bất động sản nhà ở, thường bắt đầu sự nghiệp của mình từ chính các khu vực mà họ đang sinh sống, bởi vì theo họ, kiến thức được vun đắp từ kinh nghiệm sẵn có của cá nhân là đáng quý nhất và cũng đáng tin cậy hơn rất nhiều so với những nghiên cứu xã hội phức tạp bên ngoài.

Tôi lại nhớ về một kỉ niệm cách đây vài năm. Hồi đó, để duy trì giá trị của giấy phép hành nghề bất động sản, bạn cần phải liên tục

theo học các khoá học mới. Trong khoá học mà tôi đăng ký có Donald Trump là thuyết gia nổi tiếng nhất. Ngay sau khi hoàn thành dự án khách sạn Hyatt và khu sân ga Grand Central, ông đã thiết lập được một mạng lưới các đối tác kinh doanh bao gồm những người đã làm việc với ông trong dự án như kiến trúc sư, kĩ sư và rất nhiều người khác nữa. Buổi thuyết trình của ông cực kỳ ấn tượng, thu hút và tôi tin chắc rằng, bí mật đằng sau sự thành công của ông chính là khả năng tập hợp những thông tin quý giá nhất từ những người tài giỏi nhất.

2. Lòng nhiệt tình. Trước khi tôi đi sâu vào lĩnh vực bất động sản, tôi làm việc trong thế giới nghệ thuật và thời trang. Tôi bị ngành bất động sản thu hút, một phần vì tôi yêu thiết kế và kiến trúc. Tuy tôi mở văn phòng ở khu Upper East Side của New York - nơi tôi sinh sống - song tôi lại cũng biết rất rõ về Soho, bởi tôi vẫn duy trì quan hệ hợp tác với tạp chí Art Forum. Những căn gác xép của các nghệ sĩ là một phần tạo nên nét độc đáo của Soho . Từ xưa, tôi vẫn bán các căn gác xép như thế cho các nghệ sĩ để giúp họ - những con người trẻ tuổi, cũng có những người không trẻ lắm - thoả mãn sở thích thẩm mỹ của mình mà vẫn phù hợp với khoản thu nhập khiêm tốn. Tôi rất yêu thích công việc bán gác xép của mình bởi kiến trúc là lĩnh vực tôi đam mê từ nhỏ và thêm nữa, tôi có cơ hội được làm việc, tiếp xúc với những con người vô cùng thú vị. Một điều cực kỳ quan trọng bạn nên nhớ là phải yêu thích thứ mà bạn mang bán và yêu mến cả những người mua sản phẩm của bạn.

Lời khuyên này đúng trong cả lĩnh vực kinh doanh bất động sản thương mại lẫn bất động sản nhà ở. Muốn bán hoặc cho thuê thành công một địa điểm kinh doanh thì bạn không chỉ khiến khách hàng cảm thấy đó là nơi phù hợp mà bản thân bạn cũng phải thấy yêu thích nó nữa. Tôi thấy hài lòng với sản phẩm mà mình bán ra. Đó là một chân lý và nhờ tuân theo chân lý này, tôi đã có thể xây dựng cho mình một sự nghiệp kinh doanh vững chắc.

Giờ đây rất nhiều người đang đi theo xu hướng này. Ở New York và có thể ở một số thành phố khác nữa, điều khiến người ta quyết định có nên trả tiền cho một cơ ngơi hay không phụ thuộc vào phong cách của toà nhà đó (ở đây hiểu theo nghĩa là phong cách thiết kế). Nhiều nhà tạo mẫu thời trang hiện đang được mời thiết kế tiền sảnh, hành lang. Nhiều kiến trúc sư nổi tiếng được mời tham gia các dự án cải tạo. Dự án xây dựng khu giải trí Gramercy Park ở New York là một

minh chứng hùng hồn nhất.

3. Chính trực. Chính trực là một thuật ngữ đang bị sử dụng một cách lạm phát, song điều đó cũng không thể làm giảm đi tính quan trọng của yếu tố này. Vấn đề là ở chỗ, nhiều người chỉ gắn phẩm chất này với lòng chân thật. Xử lý công việc một cách minh bạch, thẳng thắn và hợp đạo lý không chỉ là điều nên làm mà còn là điều vô cùng cần thiết. Tuy vậy, đối với tôi, sự chính trực có ý nghĩa nhiều hơn thế. Ví dụ như, tôi có vô số khách hàng là những người khá nổi tiếng trong lĩnh vực hoà nhạc, ảnh động và thiết kế thời trang. Song chưa bao giờ tôi có ý định "thấy người sang bắt quàng làm họ" hay rêu rao với công chúng về mối quan hệ của chúng tôi, bởi tôi đặt cuộc sống riêng tư của bản thân quan trọng hơn việc được lây chút "tiếng thơm" từ sự nổi tiếng của họ. Vâng, đã từng có những lúc phóng viên nhắc đến tên tôi khi viết bài về một trong số những người này, nhưng chưa bao giờ và không bao giờ tôi khuyến khích họ làm như thế cả.

Ngoài ra, khi thuê người làm việc cho mình, tôi tìm kiếm những kiểu người có cùng quan điểm với tôi về cách cư xử trong cộng đồng. Các cộng sự của tôi phải làm việc với khách hàng theo đúng cách mà trước đó tôi đã từng làm, sao cho khách hàng cảm thấy thực sự thoải mái. Tất nhiên, tôi cũng muốn các cộng sự có phong cách riêng và phải làm việc một cách sáng tạo, song luôn phải nhớ tôn chỉ làm việc của chúng ta là thiết lập những mối quan hệ thú vị, sống động và bền lâu với mọi khách hàng.

Nếu như bạn có được tinh thần làm việc chăm chỉ, tư thế sẵn sàng, có khả năng tài chính tốt để gây dựng sự nghiệp kinh doanh, đặc biệt là ở lĩnh vực thương mại, và cả khả năng giữ bình tĩnh nữa thì bất động sản sẽ là một công việc giúp bạn gặt hái nhiều thành công.

70. Hãy khách quan, thực tế, luôn để lại trên bàn một thứ gì đó

JORGE PEREZ

Jorge Perez là người sáng lập, đồng thời là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc Tập đoàn The Related Group of Florida, tập đoàn xây dựng hàng đầu Hoa Kỳ, nổi tiếng với các công trình cư xá sang trọng. Đây cũng là doanh nghiệp Tây Ban Nha lớn nhất trên nước Mỹ.

Không bao giờ đưa cảm xúc vào những cuộc làm ăn bất động sản của bạn. Hãy duy trì sự khách quan, cần phải tiến hành tất cả các phân tích và nếu dự án không đem lợi nhuận về cho bạn thì hãy bỏ qua nó đi. Đừng bao giờ quay đầu lại.

Không chỉ trong bất động sản mà trong cuộc sống nói chung, một giao kèo hay thoả thuận chưa hẳn sẽ tốt đẹp như bạn tưởng và cũng không hẳn tồi tệ như bạn nghĩ. Mọi phỏng đoán đều phải song hành với thực tế.

Và nhớ, luôn để lại một cái gì đó ở trên bàn.

71. Đừng nói, hãy hành động!

DAVID PICERNE

David Picerne là Tổng giám đốc tập đoàn Picerne Real Estate Group, doanh nghiệp chuyên cung cấp dịch vụ nhà ở chất lượng cao trên khắp Hoa Kỳ và Puerto Rico.

Tất cả mọi người đều nói về tầm nhìn, kế hoạch. Riêng tôi, tôi quan tâm tới việc thực hiện. Hãy tập hợp một đội ngũ những người chăm chỉ, tài giỏi và bạn sẽ nghe thấy: “Đã hoàn thành!”

72. Đừng để thị trường điều khiển

ROBIN E. PRESCOD
Robin E. Prescod hiện đang là thành viên trong ban quản lý Tập đoàn Harlem Homes Inc.

Tôi học được lời khuyên quý giá nhất về bất động sản từ chính kinh nghiệm của tôi: đừng bao giờ để thị trường điều khiển công việc kinh doanh của bạn; ngược lại, hãy dùng các hợp đồng kinh doanh mà bạn có để thiết lập thị trường.

Tôi có một khách hàng sở hữu một cơ ngơi độc nhất vô nhị ở Harlem: một ngôi nhà được xây bằng vật liệu đá cát kết nâu, rộng 6 mét, 4 tầng, trần cao, gồm 10 phòng, phòng ăn nghi lễ và 6 lò sưởi. Không như phần lớn các ngôi nhà đá cát kết nâu kiểu Harlem chỉ có mặt thoáng phía Bắc và phía Nam, ngôi nhà này còn có khoảng sân nhỏ ở phía trước nên nó có tới ba mặt thoáng và phần đường riêng dành cho xe ô tô có thể đậu được một lúc 3 chiếc. Ngôi nhà nằm ở phố Striver's Row, cái tên gợi nhắc đến phong trào Phục Hưng của người da đen những năm 1920. Hồi đó, con phố này là nơi các bác sĩ giàu có, các luật sư và nhạc sĩ sinh sống.

Lúc bấy giờ, ở Harlem, ngoài chúng tôi ra cũng có rất nhiều người đổ xô đến kinh doanh bất động sản. Người khách hàng của tôi để ý thấy nhiều người mua đất, tiến hành cải tạo, sửa sang đôi chút rồi rao bán với giá khoảng 2 triệu đô la. Tuy nhiên, những miếng đất đó không mang dấu ấn của lịch sử. Vì vậy, tôi quyết định giới thiệu ngôi nhà đặc biệt này cho những người nổi tiếng, những người thường có sở thích lạ lùng, thích kiểu kiến trúc "độc nhất" và một cuộc sống hoàn toàn riêng tư. Họ có thể lái những chiếc xe hơi sang trọng của mình qua lối đi dành riêng cho xe và lẻn vào nhà bằng cửa sau. Tôi đã đăng quảng cáo ngôi nhà này lên tạp chí Bill Board và các tạp chí định kỳ về bất động sản nhằm thu hút sự chú ý của các ngôi sao ca nhạc hoặc thể thao.

Ngôi nhà được bán trên thị trường với giá 2,7 triệu đô la và chúng tôi quyết định bán, bởi vì Harlem sẽ vẫn là đích đến của nhiều người.

73. Hãy học cách nhận ra giá trị

BILL RANCIC

Bill Rancic từng là người chiến thắng đầu tiên trong chương trình truyền hình về bất động sản có tên The Apprentice của Donald Trump.

Ông là người đồng sáng lập ra Cigars Around the World và là tác giả của cuốn sách "You’re Hired: How to Succeed in Business and Life from the Winner of The Apprentice".

Cách đây 2 năm, tôi có thời gian làm tập sự cho Trump. Tôi đã rất may mắn khi được ông bảo trợ, được chỉ bảo chiến lược và các phương cách kinh doanh trong lĩnh vực bất động sản.

Một trong những dự án mà tôi có cơ hội được tham gia trong thời gian tập sự là dự án Tháp và khách sạn quốc tế Trump tại Chicago. Có một điều tôi nhận thấy ở Donald Trump là ông có khả năng phát hiện tiềm năng và biết cách khai thác các tiềm năng ấy. Tôi nghĩ, có lẽ đó là chìa khoá thành công của ông. Có thể thấy ngay điều này ở dự án Chicago. Ông quan sát một địa điểm, nhận thấy có thể mua được với giá phải chăng và có thể tạo ra giá trị từ toà nhà 8 tầng này. Và thế là giờ đây, ông đang bắt tay xây dựng một toà nhà 92 tầng trên mảnh đất ấy.

Donald Trump không chỉ biết cách khai thác và tạo ra giá trị mà ông còn dám nghĩ đến những điều to lớn, vĩ đại. Có rất nhiều người sớm bị trượt dốc vì tư duy của họ không đủ lớn. Nhưng Donald Trump không bao giờ gặp phải vấn đề này. Xung quanh chúng ta luôn tồn tại những người hoài nghi, e sợ rằng không thể làm được việc này, việc kia, nhưng với Donald Trump, có thể nói, ông là người đàn ông không bao giờ chịu khuất phục.

74. Hãy mua đất và Tích trữ nhưng trước hết hãy chọn lọc thông tin

HENRY ROBBINS

Henry Robbins là thành viên của công ty Yale Robbins Inc, một nhà xuất bản chuyên về bất động sản.

Chúng tôi bước chân vào trò chơi này cách đây 30 năm, khi anh trai tôi là Yale quyết định thành lập một công ty tư vấn bất động sản. Vốn là một người môi giới bất động sản thành công, Yale được các nhà thầu giao nhiệm vụ nghiên cứu tính khả thi của các khu vực xây dựng công trình. Tuy vậy, anh không thích cách làm việc kiểu cung ứng lẻ tẻ như vậy nữa. Do đó, chúng tôi chọn cách kinh doanh sao cho, thay vì được trả một cục tiền cho việc phân tích một dự án, chúng tôi sẽ xây dựng một dịch vụ chuyên cung cấp thông tin có giá trị cho nhiều người. Chúng tôi sẽ tính giá rẻ hơn cho mỗi khách hàng, song bù lại, sẽ có ngày càng nhiều khách hàng tìm đến với chúng tôi. Thậm chí chúng tôi còn lấn sân sang cả khu vực bất động sản thương mại lẫn nhà ở và thiết lập các hệ thống phân phối thông tin mới - đầu tiên là bằng in ấn và sau đó là bằng điện tử.

Vào năm 1976, công ty của chúng tôi là công ty tiên phong trong việc phát triển dịch vụ cung cấp qua điện thoại các tư vấn phân tích về bất động sản nhà ở theo cơ sở đồng đô la tính trên một mét vuông , thay vì đồng đô la tính trên một phòng . Nguyên tắc làm việc của chúng tôi rất đơn giản: dịch vụ sẵn sàng, giá cả phải chăng. Điều này giúp công ty chúng tôi trở thành một hãng phát triển hùng mạnh.

Tôi đã chứng kiến rất nhiều nhà phát triển đến rồi đi và tôi cũng nhận thấy có hai kiểu người có khả năng thành đạt trong sân chơi bất động sản này, đó là những người giỏi và những người may mắn. Đôi khi bạn cần cả hai điều này. Nhưng những người cực kỳ thành công trong lĩnh vực này phải có cái gọi là giác quan thứ sáu. Họ là những người có khả năng nhìn thấy trước tiềm năng của một tài sản trước

khi phần lớn những người khác chưa nhìn ra. Người ta thường nói vẻ đẹp không phải ở đôi má hồng của thiếu nữ mà trong con mắt của kẻ si tình, và trong bất động sản cũng vậy. Ngày lại ngày, bạn nghe thấy người ta nói, "Hắn ta đúng là kẻ gàn dở. Sao hắn lại có thể trả từng đấy tiền cho khoảnh đất đó nhỉ? Thế nào rồi cũng đến lúc cơ nghiệp tan tành cho coi." Năm năm sau, nhà đầu tư đó, người đã "trả tiền với mức giá quá cao" thu được về vô số tiền - rất rất nhiều.

Bạn không thể học tập hay mua được kiểu tầm nhìn như vậy, cũng như bạn không thể mua được năng lực chiến đấu của các vận động viên thể thao. Tất cả chúng ta đều không thể trở thành Michael Jordan hay Donald Trump. Nếu như bạn có được tố chất kỳ diệu này thì ngay từ đầu bạn đã có nó rồi, và bạn sẽ là người dẫn đầu trong trò chơi ngay từ vạch xuất phát.

Mặt khác, có một sự thật nữa là bất kì ai mua tài sản ở thành phố New York cách đây 10 năm hầu như không thể mắc sai lầm. Vì thế, lời khuyên của tôi cho bạn là hãy mua đất và tích trữ. Mua tài sản, sau đó cứ ung dung đợi khoảng 5 năm hoặc lâu hơn một chút. Tôi đã chứng kiến rất nhiều vị chủ nhân của các miếng đất còn kiếm lời hơn cả những tay đầu tư chuyên nghiệp, trong khi đó, nguy cơ đối mặt với rủi ro hay rắc rối cũng ít hơn hẳn.

Tất nhiên, bất động sản là thị trường mang tính khu vực. Những thứ đang diễn ra ở Broadway sẽ không giống diễn biến ở phía Tây Virginia. Thông tin mà bạn nhận được từ cuộc gọi của một văn phòng trung ương ở đâu đó sẽ không thể áp dụng cho tất cả những nơi khác. Bạn cần những đầu mối thông tin uy tín, những tay săn tin giỏi, những người có khả năng biết được chính xác điều gì đang diễn ra trong phạm vi khu vực có liên quan đến đích ngắm của bạn. Chúng tôi xuất bản các thông tin về bất động sản ở 10 bang và với những quan điểm và cách đánh giá khác nhau.

Tuy vậy, trong bất động sản có tồn tại một quy luật đúng ở hầu hết mọi nơi, đó là thị trường thương mại điều khiển thị trường nhà ở. Một thị trường thương mại phát triển tích cực sẽ giúp tạo thêm nhiều việc làm, từ đó nâng cao đời sống, cũng như thu nhập của người dân và thúc đẩy họ mua nhà. Nhưng những nguồn lực khác nhau sẽ điều khiển thị trường tại những thời điểm khác nhau, vị trí khác nhau. Đứng ở trên đỉnh trò chơi, thông tin sẽ cho bạn tầm nhìn mà tôi đã nói với bạn. Thậm chí, những người mà chúng ta cho là may mắn

cũng sẽ không có mặt ở trên đó, nếu họ không biết trau dồi thông tin.

75. 8 nguyên tắc để thành công trong lĩnh vực bất động sản

PHIL RUFFIN

Fill Ruffin là Tổng giám đốc kiêm chủ công ty Ruffin, một doanh nghiệp chuyên cung cấp các dịch vụ bất động sản, cho thuê căn hộ, chế tạo, năng lượng và mua bán lẻ.

1. Ngay khi người bán kí vào hợp đồng, kể cả trong những tình huống ngẫu nhiên không định trước thì coi như người đó đã bán tài sản. Và ngay cả sau khi hợp đồng được ký kết, bạn vẫn luôn có cách để thương lượng lại các điều khoản. Hãy liệt kê ra một số vấn đề, ví dụ như môi trường, trần nhà, độ nóng, không khí, v.v... Tiếp đó, bạn thử đưa ra một mức giá mới, rẻ hơn và phù hợp hơn. Bạn luôn luôn có thể quay lại mức giá ban đầu mà bạn đề nghị.

2. Đến những nơi có tiền, chỉ đặt chân vào những thị trường như thế này.

3. Chỉ nên bán khi bạn cần tiền. Tài sản mà bạn đang bán đi có giá trị hơn rất nhiều so với số tiền bạn nhận được.

4. Khi thương lượng, hãy nhớ thỉnh thoảng phải dừng lại. Luôn cân nhắc những điều khoản quan trọng. Phía bên kia chắc hẳn sẽ không thích sự im lặng và sẽ nghĩ rằng bạn đang do dự. Hãy đợi cho đến khi phía bên kia phải lên tiếng và nhượng bộ.

5. Đừng mua bất động sản chỉ vì nó rẻ. Hãy mạnh dạn đầu tư vào những cơ ngơi hạng nhất trong thị trường (ở những vị trí đẹp nhất). Những cơ ngơi rẻ tiền sẽ không giúp bạn kiếm được số tiền mà bạn mong muốn. Những khoảnh đất đẹp và đắt tiền trong thời điểm hiện tại có thể vẫn rẻ so với một vài năm sắp tới.

6. Bên bán thường cẩn thận mang theo một vài loại giấy tờ (cũng đáng để thử).

7. Hãy đảm bảo rằng bạn sẽ có được tài sản mà bạn muốn mua (kể cả về mặt giá thành nữa) trước khi bạn đăng ký dịch vụ 1031 Exchange. Nếu không, bạn có thể sẽ gặp phải một số rắc rối.

8. Hãy làm đối tác với Trump nếu có thể. Thương hiệu giúp sản phẩm bán "đắt như tôm tươi".

76. Nghệ thuật bán hàng, tinh thần doanh nhân và kinh nghiệm

PETER SABESAN
Peter Sabesan là Tổng giám đốc tổ chức The Hunter Realty Organization, LLC.

Nắm bắt được nghệ thuật bán hàng, giàu tinh thần doanh nhân và có nhiều năm kinh nghiệm là 3 yếu tố quan trọng giúp mang lại thành công cho bạn trong lĩnh vực bất động sản.

Nói về kinh doanh bất động sản tức là nói về nghệ thuật bán hàng. Mặc dù nghệ thuật bán hàng vốn mang nét riêng biệt, đặc thù của mỗi cá nhân nhưng nó vẫn cần một vài kỹ năng quan trọng. Ví dụ như, từ lâu cha tôi đã dạy rằng luôn phải biết dừng lại và lắng nghe người khác. Những nhân viên bán hàng trẻ tuổi và rất nhiều những người khác nữa làm việc cho chúng tôi đều đã được nghe tôi nói về điều này rất nhiều lần.

Người bán, người thuê, mỗi người một kiểu. Bạn không thể thuyết phục một người cứ khăng khăng muốn ở phía Tây Manhattan phải ra phía Đông nếu như bạn không tìm hiểu xem tại sao anh ta lại muốn như vậy. Điều quan trọng hơn là có thể, bạn sẽ mất một hợp đồng nếu bạn cứ nói về những ích lợi ở khu phía Đông trong khi bạn không chịu dừng lại lắng nghe để nhận thấy rằng, đôi mắt anh ta đang hướng về phía Tây.

Một yếu tố khác cũng vô cùng quan trọng là phải có tinh thần doanh nhân. Ban đầu, tôi và cộng sự mở công ty với mục đích gây dựng vốn trước khi quyết định đưa doanh nghiệp của mình chính thức đi theo hướng nào. Chúng tôi đã có gần hai thập kỷ kinh nghiệm và cả hai chúng tôi đều công nhận rằng, không có gì khó bằng việc bán các bất động sản thương mại. Đây là nghề làm ăn "được ăn cả ngã về không." Các hãng lớn, nổi tiếng lúc đó thâu tóm những thị trường rộng lớn và béo bở. Tuy vậy, cách đây 9 năm, công ty chúng tôi đã gặt hái được nhiều thành công, chúng tôi được biết đến là một doanh

nghiệp nhỏ và chỉ tập trung vào thị trường ở New York.

Tuy vậy, không đời nào tôi lại bôi nhọ danh tiếng của các hãng lớn. Thực ra, nếu có ai đó mới chập chững bước vào nghề này và hỏi tôi làm cách nào để thành công, tôi sẽ nói rằng thật là ngu ngốc nếu bạn tự tay khởi nghiệp. Hãy theo học các chuyên gia thực thụ. Nhưng khi bạn đã bắt đầu kinh doanh rồi, hãy phát huy sự sáng tạo của bạn để làm nên sự khác biệt.

Ví dụ, khi chúng tôi thương lượng, chúng tôi luôn nói rõ với khách hàng rằng sẽ có một người cộng sự trung gian trong mọi giao dịch của chúng tôi với khách hàng. Người đó đóng vai trò chứng kiến và sẽ tham dự từ buổi họp đầu tiên đến buổi họp cuối cùng. Ở những hãng lớn, họ không có khâu này. Nhưng ở công ty chúng tôi thì có, điều này tạo cho chúng tôi sự khác biệt.

Mới gần đây thôi, chúng tôi có một khách hàng. Người này được ai đó mách nhỏ rằng dạo này thị trường đang lên giá, vì thế anh ta nên tăng mức giá tiền thuê cao hơn so với mức anh ta đã đồng ý trước đó. Anh này gọi điện cho chúng tôi và hẹn gặp. Chúng tôi quyết định không cử đại diện bán hàng đến làm việc, mặc dù chúng tôi có những nhân viên bán hàng tuyệt vời, cực kỳ láu cá trong khoản thương lượng. Bởi vì chúng tôi tin tưởng rằng uy tín của công ty sẽ khiến anh ta phải cảm thấy yên lòng, vì thế cuối cùng vị khách hàng nọ quyết định giữ nguyên mức giá như đã thoả thuận với chúng tôi.

77. Đừng bao giờ mất kiên nhẫn

HENRY SAVAGE

Henry Savage là người sáng lập và là Chủ tịch tổng công ty PMC Mortgage Corporation chuyên về môi giới và cho vay, thế chấp nhà ở. Ông viết bài cho trang web Realtytimes.com và mục Friday Home Guide của tờ Washington Times.

Trải qua nhiều thời kỳ, bất động sản luôn được chứng minh là ngành đầu tư có hiệu quả. Song đó cũng là trò chơi đo độ nhẫn nại. Đánh giá được quy luật của thị trường bất động sản là điều khó khăn, nhất là chỉ trong một thời gian ngắn. Và trong những lúc thị trường bất động sản xuống dốc thì các hoạt động đầu tư, mua bán hay cải tạo nhà đất đều bị cản trở.

Có gì đó rất đúng trong câu ngạn ngữ "càng thắng to, càng thua đau". Nó làm chúng ta nhớ đến những người rủ nhau đổ xô vào kinh doanh bất động sản với mộng tưởng sẽ kiếm được khoản tiền chênh lệch gấp đôi trong vòng 12 tháng. Hãy luôn giữ bình tĩnh và kiểm soát bản thân. Hãy chắc chắn rằng bạn luôn đứng vững và bền bỉ. Bởi vì vòng tuần hoàn luôn diễn ra đấy.

78. Luôn giữ tinh thần lạc quan

RONDA SAVOY

Ronda Savoy là chủ công ty Ronda Realty Inc., một hãng bất động sản nổi tiếng với thương hiệu Brownstone Brooklyn. Bà cũng là thành viên của Uỷ ban bất động sản New York.

Trong thời gian đầu tham gia học khoá huấn luyện marketing và bán hàng, chúng tôi được học một vài câu thần chú để giữ tinh thần luôn thoải mái và tỉnh táo khi làm đại diện bán hàng và làm việc với những người tìm mua đất đầy triển vọng.

“Showtime” là một trong những câu thần chú như vậy. Chúng tôi sẽ nói “showtime” trong trường hợp một nhân viên bất động sản sắp gặp gỡ khách hàng mà trước đó lại vừa bị căng thẳng do gặp phải một tình huống không mấy vui vẻ. Trước khi người nhân viên đi gặp vị khách hàng này, tất cả mọi người trong đội bán hàng sẽ cũng đồng thanh hô “1, 2, showtime”, và lập tức, người nhân viên sẽ nở nụ cười, thay đổi thái độ theo hướng tích cực hơn.

Giờ đây còn có mấy ai thực sự thích những cuộc chuyện trò qua điện thoại về công việc đầy khô khan và cứng nhắc đâu? Nhưng bạn vẫn có thể thấy rất rõ sự khác biệt giữa một người nói chuyện với thái độ bực dọc và một người khác có thái độ niềm nở. Hãy luôn nở nụ cười, ngay cả khi bạn đã thấy mỏi hết cả cơ miệng. Hãy thử bài thơ tập thể dục qua điện thoại sau đây:

Một, hai Quay và quay Và cười, và cười. Và bạn quay, và quay Và cười, và cười.

Hãy luôn lạc quan, vui vẻ, ngay cả khi hợp đồng không được thực hiện. Đó là lời khuyên tốt nhất tôi nhận được.

79. 3 bước để làm hài lòng khách hàng

STEPHEN SHAPIRO

Stephen Shapiro là người đồng sáng lập công ty Westside Estate Agency, một hãng môi giới bất động sản chuyên bán nhà ở khu vực phía Tây Los Angeles; đây cũng là một trong những công ty có tỷ lệ hợp đồng được ký kết ở mức cao nhất toàn quốc.

Tôi rất may mắn được làm việc với những nhà điều hành kinh doanh và những cá nhân giàu có, gây nhiều ảnh hưởng nhất trên thế giới. Một phần thành công của tôi có được là nhờ việc học tập và lắng nghe từ chính những con người này.

1. *Hãy gọi lại ngay*. Đây là một trong những bài học quan trọng nhất tôi học được từ Kirk Kerkorian và cũng đã thực hành điều đó trong nhiều năm. Ông đã trực tiếp gọi điện thoại cho tôi mà không qua thư ký. Ngài Kerkorian đã chỉ cho tôi thấy tầm quan trọng của việc liên lạc ngay với khách hàng trong vòng 1 tiếng sau buổi gặp mặt. Hãy gọi lại hoặc yêu cầu thư ký gọi điện và nói rằng: Ông Shapiro sẽ liên lạc với họ trong thời gian thích hợp. Do đó, khách hàng sẽ hiểu rằng bạn là người có vị trí nhất định trong công ty và sẽ dành nhiều sự quan tâm hơn.

2. *Coi khách hàng là ưu tiên số một*. Bài học quan trọng tiếp theo sẽ giúp bạn nhận thức được rằng: Là một nhân viên bất động sản, bạn đang làm việc trong lĩnh vực dịch vụ. Bạn đang phục vụ khách hàng và thành công của bạn hoàn toàn phụ thuộc vào việc bạn có làm thoả mãn được vì “thượng đế” đó hay không. Vì thế, là một nhân viên bất động sản, bạn luôn phải hiểu rằng: không bao giờ được đặt mình ở vị thế cao hơn hay quan trọng hơn khách hàng của bạn, dù cho bạn đang là một người rất thành đạt đi chăng nữa.

3. *Hãy bảo vệ người mua*. Tôi đã học được một điều: khi bạn làm đại diện cho một người mua thì cần thiết phải nhấn mạnh cho

người mua đó hiểu rằng dễ dàng bị mất hợp đồng chính là để tài sản mà anh ta thích vào tay người khác. Khi bạn để người mua mất hợp đồng, khách hàng sẽ đổ lỗi cho nhân viên vì đã không kí được hợp đồng cho họ.

80. 7 bước để thành công

MICHAEL SHVO

Michael Shvo đã từng được tạp chí New York bình chọn là "nhà môi giới bất động sản trẻ tuổi thành công nhất ở New York". Ông là người sáng lập ra tập đoàn Shvo Group chuyên kinh doanh những tài sản cao cấp nhất New York.

1. *Phải biết chế ngự lòng tham*. Lòng tham và bất động sản là hai thứ thường đi đôi với nhau. Làm ngành này sẽ kiếm được vô số tiền, nên cũng như những người khác, tôi luôn phải chế ngự lòng tham. Lời khuyên tốt nhất mà tôi có là không phải lúc nào cũng cố vơ vét đồng xu cuối cùng ở trên bàn. Hãy chắc chắn rằng phía người mua cũng đang thu được lợi nhuận. Nếu không, họ sẽ chẳng bao giờ làm ăn với bạn lần thứ hai.

2. *Phát triển một sản phẩm độc đáo*. Về mặt marketing, đây không phải là lời khuyên tôi nhận được từ một ai đó mà là lời khuyên của chính tôi dành cho bạn: đừng a dua, gió chiều nào theo chiều nấy. Hãy thử bơi ngược dòng xem. Hãy thử phát triển các dự án độc đáo và khác biệt. Hãy nhìn chúng, các toà nhà mang thương hiệu Trump, luôn là được bán nhanh hơn và có giá cao hơn bất kì toà nhà nào khác. Nếu bạn định xây những thứ mà người khác cũng đang xây thì khi đó, trên thị trường đã có nhiều sản phẩm như vậy, do đó, bạn sẽ phải cạnh tranh giá cực kỳ quyết liệt. Trong khi đó, chẳng ai muốn cạnh tranh về giá cả. Ai cũng muốn cạnh tranh về loại hình sản phẩm.

3. *Cân nhắc sản phẩm và giá cả*. Tất cả mọi người sẽ khuyên bạn nên chú ý đến địa điểm, vị trí, nhưng đây không phải là yếu tố duy nhất. Lúc nào mọi người cũng nói: “địa điểm, địa điểm, địa điểm”, nhưng riêng tôi, tôi sẽ nói địa điểm, sản phẩm và giá thành.

4. *Đừng đòi hỏi quá nhiều*. Ngay khi có người nào đó nói với bạn rằng anh ta quyết định mua căn hộ của bạn, ngay khi có ai đó nói với bạn rằng thoả thuận đã xong thì bạn nên tạm dừng nói

chuyện về những vấn đề này. Hãy chuyển sang nói về những việc khác như thời tiết hoặc tối hôm qua bạn ăn ở đâu. Hầu hết mọi người đã tự phá huỷ những giao dịch của mình bởi vì họ nói quá nhiều.

5. *Đóng cửa trước những ngày nghỉ lễ*. Nhiều hợp đồng làm ăn bị đóng băng sau các dịp nghỉ lễ. Ví dụ như, nếu trước ngày Lễ tạ ơn hoặc Giáng sinh, bạn có một hợp đồng nhưng chưa ký kết thì bạn có 50% nguy cơ mất hợp đồng đó. Mọi người về nhà, gặp gỡ các thành viên trong gia đình và họ nói, "Ồ, tôi sẽ mua ngôi nhà đó" hoặc "Tôi sẽ mua căn hộ đó"; chắc chắn, một thành viên khác sẽ lên tiếng thế này: "Anh điên à? Anh trả giá bị hớ rồi!" Luôn luôn xảy ra những điều như vậy. Vì thế, có lẽ bạn không nên nhận những bản hợp đồng mở, hợp đồng ngưng trệ hay hợp đồng chưa được kí trọn vẹn khi dịp nghỉ lễ sắp sửa diễn ra.

6. *Hãy cân nhắc những sự thay đổi*. Có một điều tôi luôn chắc chắn, đó là không phải lúc nào đa số cũng đúng. Mọi lĩnh vực kinh doanh đều phát triển, cải tiến nhưng ngành bất động sản đã không phát triển trong 20 hoặc thậm chí 30 năm trở lại đây, nhất là ở khâu marketing. Những thứ mà hầu hết mọi người đang làm vẫn là mở một văn phòng và in ra các tờ bướm quảng cáo với những hình vẽ chi tiết về sơ đồ các tầng; trông cái nào cũng na ná như nhau.

7. *Hãy nổi bật*. Tôi được Donald cho một lời khuyên rất hài hước. Họ của tôi là Shvo. Khi tôi mở công ty, tôi gặp Donald và ông có hỏi tôi đặt tên công ty là gì. Tôi trả lời "Shvo". Ông ấy liền nói "Họ của anh đúng là khó phát âm nhất trên đời; nhưng anh biết không, tất cả mọi người sẽ nhớ đến nó".

81. Hãy tiến lên với lòng nhiệt huyết và sự chính trực

LARRY SILVERSTEIN

Larry Silverstein là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc công ty Silverstein Properties Inc chuyên trách về khu Trung tâm thương mại thế giới và đang có kế hoạch cải tạo lại không gian bên trong toà nhà. Ông cũng là người sáng lập và là Chủ tịch danh dự của viện nghiên cứu bất động sản đại học New York.

Dù bạn làm bất kì việc gì, nếu dồn hết tâm sức, khả năng, lòng say mê, nhiệt huyết thì bao giờ bạn cũng gặt hái được những thành quả xứng đáng. Sự chính trực sẽ là kim chỉ nam giúp bạn đi đúng hướng trên con đường nỗ lực tìm kiếm thành công cho mình.

Uy tín sẽ là tài sản quý giá nhất của bạn. Bạn phải tự vun đắp cho nó, chứ không thể mua được. Người ta phải mất cả đời để xây dựng uy tín, nhưng chỉ cần một hành động ngớ ngẩn cũng đủ để đổ hết mọi nỗ lực xuống sông, xuống biển. Như cha tôi từng khuyên, "Nếu con cảm thấy không thể chịu nổi khi tên của mình xuất hiện trên hàng tít đậm và to nhất của tờ New York Times bởi vì con đã gây ra một vụ xì căng đan đáng xấu hổ thì đừng có làm!"

Khi làm việc với mọi người, hãy đối xử với họ như cách mà bạn muốn họ đối xử với mình.

82. Thu lợi nhuận và tiếp tục tiến lên

RAND SPERRY

Rand Sperry là Tổng giám đốc công ty Sperry Van Ness Equities and Asset Management, chuyên sở hữu và quản lý các tài sản bán lẻ, văn phòng, các khu công nghiệp ở Nam California. Ông cũng là nhà đồng sáng lập ra hãng môi giới bất động sản đầu tư và thương mại Sperry Van Ness.

Bạn không thể khánh kiệt nếu bạn thu được lợi nhuận.

Ý nghĩa đằng sau lời khuyên này là: Chúng ta mua được một cơ ngơi vào đúng thời điểm và với mức giá hợp lý; về sau, giá tăng lên một cách chóng mặt. Lúc này, xung quanh chúng ta có vô số lời đề nghị bán lại với mức giá vượt quá sự mong đợi của ta, song vì tham lam, ta vẫn tiếp tục nói "Không, tôi chưa bán". Chúng ta trở nên tham lam đến nỗi chúng ta cố gắng chờ đợi đến khi giá tăng hết mức có thể; sau đó, đến lúc giá thị trường giảm, ta lại chờ đợi để nó xuống đến mức tối đa. Và khi thị trường bắt đầu có dấu hiệu sa sút thì đã quá muộn. Đến khi chúng ta quyết định bán thì tài sản đã bị rớt giá thảm hại, thậm chí còn rẻ hơn mức mua vào. Vì thế, quan điểm của tôi là, ngay khi thấy tài sản của mình đã có thể sinh lời, bạn hãy hành động ngay, hãy bằng lòng với khoản lợi nhuận đó và tiến hành giao dịch. Đừng ngoái lại nhìn nữa; hãy tiếp tục với những thoả thuận tiếp theo. Hãy thu lợi nhuận ngay khi bạn có cơ hội; nếu bạn cứ ngồi đợi và hi vọng sẽ bán được tài sản với món tiền hời hơn nữa thì chắc hẳn, bạn sẽ kết thúc sự nghiệp của mình trong cảnh khánh kiệt.

83. Hiểu rõ thị trường

NORMAN STURNER
Norman Sturner là Chủ tịch công ty Murray Hill Properties.

Lời khuyên có giá trị nhất về kinh doanh bất động sản mà tôi từng được nhận là gì? Trước khi tôi nói cho bạn bí mật của tôi, hãy để tôi kể cho bạn nghe câu chuyện dẫn tôi đến với lời khuyên ấy.

Cách đây 6 năm, chúng tôi được giới thiệu mua một khách sạn ở trong khu vực sân bay Denver với giá rất hữu nghị. Chúng tôi đã rất cảnh giác và nhớ đến câu ngạn ngữ “Nếu có thứ gì đó quá tốt đến mức khó có thể tin được thì có lẽ đừng nên tin”. Tuy vậy, chúng tôi cũng không muốn bỏ qua một món hời như thế nên quyết định đến Denver để xem.

Chúng tôi thuê kiến trúc sư, kĩ sư và các nhà tư vấn, quyết tâm trong ba ngày sẽ tìm ra lý do vì sao chúng tôi, những dân cư New York lại có thể được ưu ái một khu khách sạn đẹp đẽ ở phía Tây với mức giá rẻ đến như vậy. Sau khi xem xét toàn bộ các ngóc ngách, xó xỉnh, chúng tôi phải công nhận đây đúng là một món hời thực sự, chỉ cần bỏ chút tiền sửa sang đôi chút là được. Có tới 95% số phòng của khách sạn được sử dụng suốt 12 tháng trong năm.

Tôi và người đồng sự đã tự chúc mừng nhau bằng chiếc bánh ngọt ăn ở ngay quầy bar khách sạn trong lúc chúng tôi đợi máy bay để về nhà chuẩn bị kế hoạch thương lượng giá cả. Nhân viên pha chế lại gần và hỏi chúng tôi có phải là dân đến từ New York và đang định mua khách sạn này hay không. Chúng tôi trả lời, rồi anh ta nói liệu chúng tôi định làm gì với cái khách sạn này khi mà sân bay Denver mới sắp sửa được rời đến Stapleton trong năm tới.

Ngay lúc đó, chúng tôi chợt hiểu ra lý do vì sao khu khách sạn lại có một cái giá rẻ đến như vậy. Chúng tôi cảm ơn nhân viên pha chế và hào phóng cho anh ta một khoản tiền boa lớn mà không dám nói với anh ta rằng chúng tôi chẳng biết tí gì về thông tin này. Sau đó, chúng tôi ra sân bay về thẳng nhà.

Lời khuyên tốt nhất mà chúng tôi nhận được và giữ gìn trong hơn 35 năm là: “Phải nắm rõ thị trường trước khi quyết định đầu tư.”

84. Làm việc chăm chỉ và đúng kế hoạch

ROBERT E. SULENTIC
Robert E. Sulentic là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc công ty Trammel Crow.

Làm việc chăm chỉ, thực hiện những điều bạn nói là bạn sẽ làm và luôn nhớ rằng quả đất tròn, bạn sẽ còn gặp lại những người mình đã từng gặp. Đây là lời khuyên tôi đã được 2 hay 3 người nhắc đi, nhắc lại trong thời gian tôi bắt đầu làm việc cho Trammel Crow.

Làm việc chăm chỉ

Kinh nghiệm cho thấy rằng, nếu bạn đang tiến hành thoả thuận với một nhà đầu tư hoặc một khách hàng thì một điều rất quan trọng cần phải nhớ là hãy lập kế hoạch và nghiêm chỉnh chấp hành đúng kế hoạch đó. Khi mọi thứ xảy ra không đúng như dự tính của bạn, hãy chăm chỉ, bạn vẫn có thể có thêm cơ hội thứ hai. Quan trọng hơn, nếu mọi việc diễn ra theo chiều hướng tốt đẹp thì việc lập kế hoạch sẽ còn giúp thành quả được nhân lên gấp bội phần.

Hãy làm điều bạn nói

Tôi đã học được tầm quan trọng của nguyên tắc này khi tôi làm việc tại một trong những văn phòng khu vực của chúng tôi. Khi đó, các thành viên trong đội chúng tôi thường đặt ra các trọng điểm kinh doanh. Chúng tôi đã rất cẩn thận trong việc chọn lựa những mục tiêu phù hợp và đặt quyết tâm cao để hoàn thành những mục tiêu đó. Việc làm này giúp tạo ra tính kỷ luật cao trong công việc và định hướng mọi người tập trung vào những công việc quan trọng nhất. Đi đúng mục tiêu và đúng hướng là cách duy nhất giúp chúng ta làm việc có hiệu quả; nếu không bạn sẽ lãng phí thời gian, công sức, nỗ lực mà lại

không thu nhận được thành quả gì. Lúc đó, dù bạn làm việc chăm chỉ đến mấy cũng không thể thu được thành quả gì.

Mọi người có xu hướng gặp lại nhau

Trong nhiều năm, chúng tôi luôn tự nhắc nhở mình cần duy trì mối quan hệ tốt đẹp với những người chúng tôi đã quen biết trong quá trình làm ăn, giao dịch. Ví dụ như, những người trước đây từng làm cộng tác cho công ty Trammell Crow giờ lại trở thành khách hàng; họ đã thuê hết công ty này đến công ty khác, cuối cùng lại quyết định quay về thuê chúng tôi; thậm chí, những người trước đây từng là đối thủ cạnh tranh, nay lại kết thúc sự đối đầu bằng việc bắt tay hợp tác làm việc với công ty chúng tôi.

85. Hãy tự nhủ phải quyết tâm chiến thắng

STEFAN SWANEPOEL

Stefan Swanepoel là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc Công ty Realty U Group Inc, công ty phát triển nghề nghiệp lớn nhất cả nước; mỗi năm, công ty đào tạo hơn 400 nghìn nhân viên bất động sản chuyên nghiệp. Stefan Swanepoel cũng là tác giả của cuốn "Bất động sản đương đầu với thực tại" (Real Estate Confronts Reality) và cuốn tập 2 có tên là "Bất động sản đối mặt với tương lai" (Real Estate Confronts the Future).

Cha tôi từng nói: “Làm kinh doanh giống như chơi cờ. Bàn cờ tượng trưng cho thế giới và những quyết định, lựa chọn của con; các quân cờ đại diện cho xã hội và con người; các quy tắc chơi cờ giống như luật lệ trong kinh doanh và đối thủ của con đại diện cho những thử thách mà con phải vượt qua để đạt được mục tiêu của mình.”

Sở dĩ bạn là một tay chơi tồi trong mọi trò chơi thể thao vì bạn không phải là một người chơi chuyên nghiệp. Chơi cờ, làm kinh doanh và bất động sản cũng không nằm ngoài thông lệ đó; nhất là trong kinh doanh, hầu hết mọi người đều cho rằng họ cần phải giỏi hơn cả những người chuyên nghiệp. Để trở thành người giỏi, dù trong thể thao hay trong kinh doanh thì đều cần có lòng quyết tâm và sự cam kết, chứ không chỉ đơn giản nói làm là làm. Cần phải trang bị kỹ năng - những kỹ năng đã được luyện tập nhuần nhuyễn và phải được nâng cao theo thời gian.

Ví dụ, nếu như bạn là người chơi cờ ở mức trung bình, bạn có thể nghĩ được 2 hoặc 3 nước cờ tiếp theo. Nhưng một kì thủ chuyên nghiệp thì có khả năng nghĩ được 5, 6, hay 7 nước cờ kế tiếp mà họ định đánh. Phải nghĩ đến tất cả những tình huống có thể xảy ra, phải biết mường tượng những quân cờ khác nhau ở các vị trí khác nhau, phải định hình được những bước đi của bạn và đoán biết phản ứng của đối thủ, trước cả khi bạn đi nước cờ tiếp theo của mình.

Đừng dựa dẫm vào sự may mắn

Tất nhiên, sự may mắn đôi khi có thể hoặc thực sự làm thay đổi định mệnh và có khả năng tạo ra được những triệu phú trong ngành bất động sản. Tuy nhiên, đây không phải là quy tắc để đạt được thành công. Thành công phải là kết quả tổng hợp của tư duy sắc bén, đánh giá các lựa chọn, khả năng xét đoán, nhận biết, xác định được những khó khăn, biết cách phát triển và tổ chức các ưu tiên đề ra, xây dựng chiến lược và thi hành chuẩn xác.

Có chiến lược phù hợp

Trong bất động sản cũng như trong chơi cờ, điều bạn phải quan tâm nhất là chiến lược, mà chiến lược thì cần có kế hoạch. Bạn phải suy nghĩ hết sức tỉnh táo về kế hoạch của mình. Một chiến lược tốt sẽ hỗ trợ rất nhiều cho mọi bước đi, mọi hành động, mọi cuộc chống trả cũng như cuộc tấn công của bạn. Nhưng chỉ một kế hoạch thôi thì chưa đủ. Bạn cần lập ra nhiều kế hoạch, kèm theo ít nhất một hoặc hai phương án đối phó với những tình huống khẩn cấp.

Trong kinh doanh, trong bất động sản và cả trong cuộc sống, việc lên kế hoạch phù hợp sẽ giúp tiết kiệm thời gian, tiền bạc, công sức và giúp bạn đạt được những kết quả tốt nhất. Về mặt lâu dài, một kế hoạch kinh doanh có chiều sâu sẽ góp phần tạo ra những bước phát triển tích cực, tiến bộ trong bất kì môi trường kinh doanh nào. Thất bại trong việc lập kế hoạch sẽ dẫn đến những hậu quả tai hại.

Đặt thứ tự ưu tiên các công việc

Một nguyên tắc khi lập kế hoạch là hãy bắt đầu bằng những nhiệm vụ nhỏ, sau đó mới giải quyết các nhiệm vụ lớn sau. Tiếp đó, xác định xem nên tập trung ưu tiên vào các nhiệm vụ khẩn cấp trước hay nhiệm vụ quan trọng trước, vào các sự kiện đang có nhiều mối quan tâm hay ít sự quan tâm. Chỉ sau khi đã xác định được hết các vấn đề kể trên thì bạn mới nên quyết định đi nước cờ nào, thực hiện vào thời điểm nào và ở đâu.

Khi chơi cờ, trò chơi sẽ không dừng lại cho đến khi bạn bị chiếu tướng hoặc khi đối thủ đầu hàng - cả hai điều này đều có vẻ không xảy ra, trừ phi bạn thường xuyên quản lý và rà soát lại kế hoạch của mình. Mọi thứ có thể thay đổi khủng khiếp chỉ sau một bước đi và để chiến thắng, nhất là chiến thắng một đối thủ táo tợn thì cần phải có kỹ năng phân tích tình huống nhanh và khả năng thay đổi chiến lược ngay khi cần thiết.

Nắm được luật chơi

Hầu hết tất cả mọi người đều đồng ý rằng bạn sẽ không thể thắng trong một trận đấu nếu như bạn không nắm rõ luật lệ. Bất động sản không chỉ là ngành kinh doanh bao gồm những quy tắc, luật lệ đặc thù mà đó còn là một lĩnh vực cực kỳ phức tạp. Đối với một người bình thường, giao dịch bất động sản có thể được coi như một thoả thuận tài chính đắt đỏ và phức tạp nhất trong cuộc đời anh ta. Tiền vốn đầu tư sẽ rất cao và chẳng ai dám chi nếu không am hiểu chút nào về luật chơi và các lựa chọn.

Phân tích điểm mạnh và điểm yếu

Nếu mọi việc không diễn ra suôn sẻ như kế hoạch của bạn, bạn có một lựa chọn duy nhất là dừng lại và phân tích để tìm ra lý do tại sao. Nếu mọi việc diễn ra tốt đẹp đúng như dự định của bạn, cũng nên dừng lại và tìm ra lý do tại sao.

Hãy tìm ra hết những điểm mạnh và điểm yếu của công ty bạn. Xem xét lại các chiến lược, tầm nhìn, cũng như các mục tiêu hướng tới. Đánh giá lại các mục tiêu và tái khẳng định những kết quả bạn muốn đạt được. Sau đó, bạn mới đi vào kiểm nghiệm thực tế và nếu cần, hãy đưa ra những điều chỉnh phù hợp. Bạn cũng phải hiểu rõ về mỗi thành viên trong đội mình. Bạn phải có hiểu biết rất sâu sắc về kỹ năng mà họ có cũng như những cá tính của họ để khai thác tối đa tiềm năng của mỗi người.

Nói tóm lại, hãy khai thác tối đa những gì bạn có.

Luôn vạch ra bước đi tiếp theo

Khi một vận động viên chuyên nghiệp chơi cờ, anh ta hầu như không thể chiến thắng nhờ vào những may mắn tình cờ. Bàn về cờ là bàn về chiến lược, thủ thuật, khả năng tập trung và việc thực hiện. Để thành công, bạn không nhất thiết phải biết tất cả mọi đường đi nước bước hoặc các đáp án cụ thể. Bạn chỉ cần duy trì khả năng dự đoán của mình trước đối thủ một hoặc hai bước. Trong lĩnh vực bất động sản cũng vậy, bạn cần phải tính trước thời điểm hiện tại của thị trường từ một đến hai bước.

Luôn tiến bước

Những kế hoạch lớn thường thất bại bởi vì mọi người không tập trung thực hiện kế hoạch ấy. Họ hay bị phân tán, do dự, bị xao nhãng hoặc mất hứng thú, hay chỉ đơn giản là tự nhiên quên bẵng đi kế hoạch đó. Đó không phải là cách giúp chúng ta chiến thắng được trò chơi. Trái lại một kế hoạch tốt tức là phải được thực hiện đúng đắn và phù hợp.

Muốn thành công đòi hỏi chúng ta phải luôn luôn tiến bước và hướng về phía trước với tinh thần quyết tâm, ý chí ngoan cường và kiên định. Chúng ta cần tập trung vào mục tiêu dài hạn lẫn những ưu tiên trước mắt. Những người khôn ngoan phải biết tung ra nước cờ ngoạn mục khi họ cần đến nó nhất. Nếu bạn không biết đánh giá chính xác những tình huống diễn ra xung quanh trò chơi thì trong tâm trạng lúng túng và bấn loạn của mình, bạn cũng sẽ để trượt mất cơ hội tung ra nước cờ đó.

Trong thế giới đánh cờ lẫn thế giới bất động sản, điều quan trọng nhất là lập kế hoạch, hạ quyết tâm và hành động.

86. Đừng đánh giá sách qua trang bìa

EMILY TANNEN
Elimy Tannen là Giám đốc phụ trách bán hàng và marketing, đồng thời là Phó chủ tịch Công ty A.J. Clarke Real Estate và là thành viên Uỷ ban bất động sản New York.

Câu chuyện xảy ra vào những năm 1960. Hôm đó, người thành lập công ty chúng tôi, ông Alexandre J. Clarke và đứa con trai đang ở độ tuổi thiếu niên đang làm vườn trong nhà họ tại New Jersey. A.J. nhìn sang bên kia gara để xe và nhận thấy dáng xe Cadillac dạo này trông có vẻ đẹp hơn. “Nào con trai, đi thôi”, ông nói. Vẫn mặc trên người bộ đồ làm vườn, họ đi đến nơi bán xe Cadillac gần nhất. Ở đó, không ai thèm quan tâm đến họ. Sau một lúc đứng xem trong phòng trưng bày, ông bố và đứa con trai rời đi và đến khu mua bán ở một thị trấn khác. Ở đó, người bán hàng tiếp họ rất niềm nở: “Xin chào quý ông, tôi có thể giúp gì được cho ngài?” Ngay lập tức, người bán hàng đó đã bán được một chiếc Cadillac mới cứng và được thanh toán bằng tiền mặt.

Như vậy, bài học rút ra từ câu chuyện trên là: bạn không thể đánh giá một quyển sách qua tấm bìa của nó. Trong nhiều năm liền, tôi đã chứng kiến điều này. Ví dụ, các khách hàng của Armani - những người có vẻ sặc mùi tiền lại thường là những kẻ chẳng có đến 2 đồng niken trong túi; trong khi đã có những người bạn cứ tưởng là nghèo đến mức chẳng chi nổi tiền để ăn tối thì hoá ra lại toàn là tỉ phú. Nhà môi giới hoàn toàn không thể đoán được việc ai thật, ai giả nếu chỉ nhìn vào ngoại hình hay qua lời giới thiệu của anh ta. Do đó, các chuyên gia bất động sản luôn phải đối xử công bằng với tất cả các khách hàng, kể cả với những khách hàng tiềm năng. Hợp đồng thoả thuận có thể được ký kết, có thể không, nhưng nhà môi giới thì không được phép thất bại.

Hãy chọn xem bạn muốn sống ở đâu

Vị trí, vị trí, vị trí. Quái thật, không hiểu ai là người đầu tiên nảy ra ý nghĩ này? Nhưng bạn biết không, điều đó đúng đấy. Việc làm đầu tiên là phải lựa chọn xem bạn muốn sống ở đâu, còn những việc khác đều có thể đặt ở vị trí thứ yếu. Vào năm 1988, tôi và chồng tôi tìm thuê một căn nhà nghỉ cuối tuần ở Woodstock. Chúng tôi đã đi xem rất nhiều ngôi nhà với đủ các mức giá khác nhau. Một số nhà trông khá đẹp mắt, rộng rãi, thiết kế đẹp. Thế là, mức giá tối đa chúng tôi dự định ban đầu phải đẩy cao lên một chút. Tuy nhiên, vẫn không có ngôi nhà thực sự níu giữ được chúng tôi và chúng tôi cũng không rõ lý do vì sao. Cuối cùng, chúng tôi được người môi giới đưa đi xem một ngôi nhà ở trên núi, con đường riêng dẫn lên ngôi nhà ở phía Bắc, nhìn hướng ra phía Nam, với ánh mặt trời và phong cảnh bao la, bát ngát, kéo dài dường như vô tận. Chồng tôi bước ra ngoài, ngắm toàn cảnh và quay lại hỏi người môi giới: "Ngôi nhà này có để bán không?". Trên đường về nhà, anh hỏi tôi ngôi nhà có bao nhiêu phòng ngủ và phòng tắm. Điều đó không thành vấn đề vì anh đã rất thích vị trí của ngôi nhà. Và tất nhiên, chúng tôi đã mua ngôi nhà đó.

Khi nghi ngờ thì hãy mua

Lời khuyên tốt nhất mà tôi có là "mua". Khi bạn nghi ngờ, hãy mua. Nhưng nhớ là đừng đầu cơ, trừ phi bạn cực kỳ chắc chắn rằng xu hướng giá nhà đất sắp sửa lên, sẽ lên và lên. Nếu thị trường đi xuống hoặc bấp bênh, các nhà đầu cơ sẽ gặp thảm hoạ. Ví dụ, một người mua một khoảnh đất và dự định sẽ bán nó ra thị trường sau khi xây dựng xong nhưng đúng lúc đó thị trường lại đi xuống, chắc chắn anh ta/nhà đầu cơ này sẽ phải bán lỗ vốn. Nếu nhà đầu cơ đó phải cấp vốn nhiều hơn với mức anh ta có hoặc nhiều hơn mức ngân hàng cho vay thì người đó sẽ trắng tay. Còn nếu thị trường đi xuống và người đầu cơ buộc phải bán tống, bán tháo tài sản của mình vì bất kì lý do gì thì nguy cơ người đó trắng tay cũng có thể xảy ra.

Nhưng nếu anh ta mua tài sản cho nhu cầu sử dụng của chính mình thì lúc nào anh ta cũng là người thắng cuộc. Nếu anh ta bán tài sản trong một thị trường đang rớt giá thì đúng là anh ta sẽ nhận được ít tiền hơn; tuy nhiên, anh ta lại có thể mua được các tài sản khác ở mức giá rẻ hơn; cho nên cũng công bằng. Còn nếu một người bán tài

sản ở một thị trường đang lên, có thể sẽ thu được nhiều lãi hơn, song những hàng hoá khác mà anh ta mua cũng sẽ có mức giá tỷ lệ thuận, tức là cũng tăng. Không có ai thua cuộc. Rõ ràng bạn chẳng mất gì.

Bài học là: hãy cứ mua. Nếu bạn không có đủ tiền, hãy đi vay. Đừng để tuột mất cơ hội. Hãy hành động. Bạn sẽ không bao giờ phải hối hận.

87. 3 bài học từ cha tôi

ROBERT S. TAUBMAN

Robert S. Taubman là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc công ty Taubman Centers Inc, tập đoàn bất động sản phát triển theo hình thức góp vốn, đứng đầu về các dịch vụ phát triển và quản lý các khu bất động sản buôn bán, thương mại. Taubman vẫn giữ vai trò lãnh đạo kể từ năm 1992, khi công ty tiên phong cung cấp những dịch vụ mới cho cộng đồng.

Sinh trưởng trong một gia đình có truyền thống làm nghề bất động sản, tôi có được rất nhiều lời khuyên - nếu không từ các luật sư cố vấn thì cũng từ cha tôi, Alfred Taubman. Tôi có thể ghi lại tất cả những lời khuyên của ông thành một quyển sách, trong đó có 3 bài học có ý nghĩa quan trọng đối với tôi.

Trước hết, hãy quên ngay câu châm ngôn cũ rích “vị trí, vị trí, vị trí” trong bất động sản đi. Đặc biệt là trong ngành cung cấp địa ốc kinh doanh, bạn sẽ phải tự tạo ra vị trí của riêng bạn. Tất nhiên, nếu có được một vị trí đẹp ở khu vực trung tâm thì sẽ là điều tuyệt vời. Nhưng yếu tố quyết định tính hấp dẫn của một vị trí ở trung tâm mua sắm còn phụ thuộc vào phẩm chất của người thuê nó, phong cách thiết kế, quản lý, môi trường kinh doanh và cách thức quảng cáo. Ở các khu phố mua bán lớn, việc bạn là ai và bạn là cái gì trở thành điều thứ yếu; điều quan trọng là luôn làm cho khách hàng thấy sự tươi mới mà vị trí bán hàng của bạn có.

Điều thứ hai, phải hiểu rằng, thứ sức mạnh khủng khiếp mà chúng ta gọi là tính ỳ luôn luôn tồn tại giữa bạn và khách hàng của bạn. Mọi hoạt động xây dựng và nâng cấp các trung tâm mua sắm được thiết kế sao cho có thể loại bỏ những bất tiện, khiến người mua sẽ phải tìm đến hệ thống mua sắm của bạn. Có hàng nghìn lý do khiến khách hàng thích đến các nơi khác thay vì tìm đến chỗ bạn. Bạn sẽ phải tìm ra ít nhất 1001 lý do vì sao khách hàng nên tìm đến bạn.

Điều thứ ba là không bao giờ chán ghét công việc kinh doanh của mình. Không thể tự động chuyển sự say mê, lòng nhiệt huyết và

những kỹ năng của một nhà phát triển bất động sản thành công sang các lĩnh vực khác được, ngay cả khi anh ta nghĩ như vậy! Hãy gắn bó với nghề và bạn biết không, kinh nghiệm và những điều bạn tích luỹ được sẽ giúp bạn thoát khỏi mọi rắc rối và đảm bảo sự nghiệp kinh doanh bất động sản của bạn sẽ thu được thành quả xứng đáng. Thêm nữa, khi làm ăn phát đạt, khi nghề này khiến bạn trở nên giàu có chắc hẳn bạn sẽ không thể cảm thấy buồn chán!

88. Uy tín, thời gian, điều khoản, chân lý

JOSEPH THANHAUSER
Joseph Thanhauser là Chủ tịch Công ty Byrnam Wood LLC, một hãng cung cấp dịch vụ bất động sản toàn cầu. Ông cũng là uỷ viên Viện giám sát Hoàng gia (The Royal Institution of Chartered Surveyors).

Tôi làm việc, thương thuyết với những người thuê bất động sản ở khắp nơi trên thế giới, và lời khuyên của tôi có thể áp dụng ở mọi thị trường. Tôi đã mang theo mình lời khuyên này hơn 30 năm. Tôi xin kể cho các bạn nghe một vài câu chuyện đã đưa tôi đến với lời khuyên này.

Xây dựng niềm tin

Một trong những khách hàng lâu đời của chúng tôi, ông Michael Moore của hãng quảng cáo DMB&B, từng trả lời một cách súc tích lý do vì sao ông thích cách tiếp cận công việc của tôi: "Các khách hàng muốn có những người đại diện thông minh, chuyên nghiệp và nhiệt tình, nhưng phần đông trong số họ lại thích những người đại diện hết lòng nhất". Ông nói với tôi rằng ông đoán tôi thương lượng rất tích cực vì tôi là đại diện của ông, nhưng hơn thế nữa, ông còn nói rằng ông tin tưởng tôi vì tôi luôn đặt lợi ích của ông cao hơn của chính mình. Thông thường một chữ ký của một hợp đồng thuê có thể có ý nghĩa hàng triệu đô la đối với một người môi giới hay một nhà tư vấn và lúc này, mức độ tin cậy cũng có thể có hoặc không. Trong những tình huống như vậy, có người có thể khách quan nhưng một số người khác rất khó giữ được thái độ vô tư. Mike đã khẳng định rằng tôi luôn là một người đại diện vô tư ngay cả khi hợp đồng có những quyền lợi liên quan đến tôi, và tôi luôn tập trung vào quyền lợi của khách hàng từ đầu đến cuối.

Thực hiện thoả thuận ngay!

Ngay từ lúc bắt đầu làm việc cho một nhà phát triển lớn ở New York, tôi đã được biết rằng các anh em nhà Uris - những người thành lập công ty này có triết lý làm việc rất đơn giản: Hãy thoả thuận ngay khi có cơ hội. Thế nhưng, phải sau khi trải nghiệm gần như trọn vẹn một vòng quay của thị trường, tôi mới thực sự hiểu hết ý nghĩa thực tiễn của câu nói này. Trong các thị trường được định hướng bởi chủ đất, việc một vài người tìm thuê nhà theo đuổi cùng một địa điểm là chuyện bình thường, nhưng ở thị trường ít bị chủ đất chi phối hơn, người đi tìm nhà đất có nhiều sự lựa chọn hơn và cùng một lúc có thể tiến hành các thoả thuận khác nhau. Đôi khi, chỉ đến lúc kết thúc một vòng quay của thị trường, chúng ta mới có thể kết luận được phẩm chất của người mua, người bán. Tuy nhiên, trong khi chưa kết thúc một chu trình, sẽ là đáng giá nếu như bạn thực hiện thoả thuận hợp đồng ngay. Bởi vì nếu những điều khoản nhạy cảm ở hợp đồng đã được giải quyết, bạn có thể yên tâm là sẽ không có lật lọng trong quá trình thực hiện, từ đó giúp xây dựng những mối quan hệ làm ăn tốt đẹp.

Đặt ra những điều khoản hợp lý

Đã rất nhiều lần tôi chứng kiến cảnh hợp đồng bị phá ngang chỉ vì bên bán hoặc bên mua không đủ khả năng thực hiện điều khoản. Tồi tệ hơn là ngay cả khi hợp đồng thoả thuận đã ký kết xong và hai bên bắt tay vào làm việc, cả hai mới phát hiện ra hàng loạt vấn đề cần giải quyết. Phía người thuê hoặc mua đất phải chịu gánh nặng về chi phí cho tiền thuê, còn phía người chủ đất thì lại cung ứng quá nhiều thứ và lâm vào rắc rối (điều này không có nghĩa là bên thuê sẽ được hưởng lợi từ những “rắc rối” đó). Mỗi khi tôi chứng kiến cảnh tượng này, tôi lại nhớ đến lời khuyên của Howard Sonn cách đây 30 năm: ”dao sắc quá cũng không thể cắt được”. Không như ở hầu hết các nơi khác trên thế giới, thị trường bất động sản thương mại ở Hoa Kỳ khá trong sạch, chủ nghĩa tư bản được tự do và liên tiếp xuất hiện những thay đổi theo hướng tích cực. Nếu thoả thuận mà không quan tâm đến sự sống còn của người khác thì sẽ là một rủi ro, thậm chí sẽ khiến hợp đồng khó có khả năng thực thi, tồi tệ nhất là nó có thể gây ra quá nhiều bất hạnh.

Hãy đối đầu với mọi rắc rối

Trong một ấn phẩm đầu tay của Henry Kissinger bàn về lĩnh vực sau quản trị, tác giả chỉ rõ: những việc gì bắt buộc phải giải quyết thì tốt nhất là nên giải quyết ngay lập tức. Lời khuyên bổ ích này có ảnh hưởng lâu nhất đến tôi bởi vì bất động sản là lĩnh vực có tính cạnh tranh rất cao và khó tránh khỏi các xung đột. Mặc dù chúng tôi chỉ có rất ít các vụ tranh chấp trong mấy năm qua nhưng rõ ràng, trong tranh chấp, việc có những người bất đồng rồi đi đến đổ máu là điều có thể xảy ra. Thông thường sẽ có những tình huống mà nếu chúng ta đối mặt với rắc rối thay vì đặt nó sang một bên thì chúng ta có thể tiết kiệm được nhiều thời gian, tiền bạc và không phải chuốc lấy sự bực mình. Tôi coi công việc của mình là một sự ràng buộc, nhưng không phải ai cũng hành động như vậy, và khi chúng ta bỏ qua các vấn đề, cụ thể là vấn đề đền bù, hay nhân công lao động thì chắc chắn những rắc rối này sẽ quay lại ”tấn công” chúng ta.

Nhận thức được chân lý bất diệt

Bốn từ đắt nhất trong tiếng Anh là: lần này thì khác. Nếu xét trên khía cạnh chu kỳ thị trường thì theo tôi, quả là kiêu ngạo và ngu ngốc nếu có ai dám đảm bảo một hợp đồng trước sự tăng giảm liên tục của thị trường bất động sản như vậy. Tôi đã chứng kiến những người mua không chịu thừa nhận quy luật thất thường của thị trường bất động sản. Cách đây không lâu, chúng tôi nghe nói giá thị trường bất động sản ở Nhật Bản lên cao đến nỗi khu Cung điện Hoàng đế Nhật Bản và phần đất đai, vườn tược xung quanh còn có giá trị cao hơn cả bang California. Cuối cùng thì định luật trọng trường vẫn còn nguyên giá trị, sau một thời gian thị trường lại xuống giá. Vẫn vòng quay đó, mùa xuân đi, mùa hè lại đến. Không thể nào khác được.

Quy luật tự nhiên về chu kỳ của bất động sản trong các thị trường thương mại luôn bất biến, giống như vòng quay của bốn mùa. Có thể đó là đặc tính tự nhiên của bất động sản, trong đó có sự tận tụy của những người biết đưa ra đánh giá dựa vào những xu thế hiện tại và các nguồn lực tức thời. Bản chất này của bất động sản kích thích con người vươn xa tầm nhìn và trí tưởng tượng. Có thể đó là nguồn lực khổng lồ, phức tạp mà chúng ta phải dùng đến trong các dự án lớn, đòi hỏi phép ngoại suy như thế này. Có thể là, khi thị trường nhà cho

thuê giảm, thị trường cung tăng và các dự án thất bát thì xu hướng chuyển những dự án như thế này theo một hướng khác sẽ là điều không thể tránh khỏi. Trong bất kì tình huống nào, khi không ai có thể nói trước được tương lai, thì cần phải nhớ rằng: tương lai không nhất thiết phải là sự nối tiếp của hiện tại.

Hiểu được quy luật về địa lý

Ở đây khác - Mỗi khi chúng ta đến các thị trường ở nước ngoài hoặc đến những nơi kì lạ như Chicago, Detroit, chúng ta sẽ nghe thấy câu thành ngữ cũ kỹ này. Thực ra, có một vài quy tắc bất di, bất dịch ở mọi nơi chúng ta đặt chân đến là (1) Dù ở đâu, mọi người cũng sẽ nói với ta "Ở đây khác. Sao không quay về nhà đi?" (2) Nếu chúng ta nhạy cảm với cách hiểu của địa phương về các từ như không gian, cho thuê, điều khoản và các thuật ngữ cần thiết khác thì chúng ta có thể thương lượng các điều khoản này tốt hơn so với thị trường nói chung và rời khỏi thị trấn trước khi các tấm poster "cần tìm" được dựng lên. Tsubo, mét, pings hay hecta.. tóm lại, chẳng có gì khác nhau cả, dù là ở đây hay ở bất kì nơi nào khác. Ánh nắng mặt trời và lực trọng trường ở đâu cũng như nhau và những thứ chúng ta dùng ở các thị trường trên khắp nước Mỹ thì cũng có thể áp dụng được ở khắp nơi trên thế giới.

Cần phải nói rằng, những sắc thái và phong tục ở các vùng khác nhau trong mỗi thị trường có thể rất hữu ích hoặc có thể gây hại, do đó, cần phải lưu ý đến vấn đề này. Chúng tôi thường nói với các khách hàng của mình rằng: những người thông minh có thể chiến thắng với 98% những điều khoản thương lượng, nhưng cũng có thể chết chỉ với 2% còn lại. Trong những thị trường xa lạ, để tránh định mệnh này, sẽ dễ dàng hơn nếu có được sự thông minh nhanh trí, sự thẳng thắn và tin cậy của một đồng nghiệp địa phương, người có thể cung cấp cho chúng ta nhiều thông tin hơn những gì ta cần để làm chủ được tính phức tạp của mỗi thị trường.

89. Xây dựng thành công Hiệp hội những người sở hữu nhà

RICHARD THOMPSON

Richard Thompson là chủ công ty Regenesis, một công ty chuyên tư vấn về quản lý cư xá và hiệp hội những người sở hữu nhà (HOA). Ông được công nhận là một chuyên gia về HOA và ông cũng là tác giả của rất nhiều bài báo viết về hiệp hội này.

Lối sống trong thế kỷ 21 này đang thay đổi một cách chóng mặt so với 50 năm về trước. Các kiểu căn hộ nhà riêng và kiểu nhà chia lô đã bị thay thế bằng nhà chung cư hoặc theo một khu vực cộng đồng có quy hoạch (thường được gọi chung là "Hiệp hội những người sở hữu nhà" hay - HOA).

Hệ thống nhà kiểu HOA bắt đầu trở thành "hiện tượng" từ cuối thập niên vừa qua. Ở nhiều khu vực thành thị, phải đến 70% các khu dân cư mới đều được xây dựng theo hệ thống này. Cũng có nhiều hệ thống HOA được xây dựng theo kiểu hỗn hợp, phục vụ cho cả mục đích nhà ở lẫn kinh doanh. Ví dụ các khu nhà sát mặt đường phù hợp để làm văn phòng hoặc địa điểm bán hàng, còn người dân bình thường có thể sống ở các tầng phía trên.

Các HOA nhất thiết phải đặt dưới sự kiểm soát của các công ty trực thuộc và do một ban giám đốc, bao gồm những người được bầu ra chịu trách nhiệm quản lý. HOA có quyền đặt ra, và thi hành các nguyên tắc, quy định, đồng thời thu phí từ các thành viên khác để đảm bảo sự hoạt động của HOA, duy trì trách nhiệm của các thành viên. Hệ thống HOA giúp đảm bảo việc thực thi các quy định như thế chấp hay tịch biên tài sản.

Khi các nguyên tắc của HOA được hiểu đúng và thực hiện nghiêm chỉnh thì nó sẽ làm việc rất hiệu quả. Nếu chúng được thiết lập vụng về thì sẽ kéo theo rất nhiều rắc rối. Thành công hay thất bại của một HOA được quyết định ngay từ những phút nhà phát triển bắt tay vào dự án đầu tiên.

Hiểu được tiềm năng to lớn của việc phát triển hệ thống HOA như vậy, một nhà phát triển HOA hiểu biết cần phải làm gì để tối đa hoá doanh số bán và lợi nhuận? Tôi sẽ giải thích một vài bước cần làm để bạn có thể trở thành một nhà phát triển HOA thành công.

1. Chọn lựa các loại vật liệu xây dựng và sơ đồ thiết kế HOA một cách cẩn thận. Hiệp hội những người sở hữu nhà phải tiến hành các nhiệm vụ bảo trì, sửa chữa và thay thế rất nhiều. Nhất là đối với các kiểu nhà cư xá thì trách nhiệm bảo trì kiến trúc và quang cảnh xung quanh hoàn toàn thuộc trách nhiệm của HOA. Trách nhiệm này thuộc về các thành viên trong ban giám đốc tình nguyện - những người có tinh thần trách nhiệm rất cao song thường hay thiếu kinh nghiệm. Do đó, khi thiết kế kiến trúc và quang cảnh xung quanh, cần đặc biệt lưu ý đến các chi phí sửa chữa và độ thuận tiện trong việc bảo trì khu nhà.

Hãy tránh xa những thiết kế và vật liệu không đảm bảo chất lượng. Những điều này sẽ ảnh hưởng đến chất lượng công trình và sẽ tác động ngược trở lại nhà phát triển. Công trình càng được bảo trì phức tạp và đắt tiền bao nhiêu thì càng có nguy cơ không được đảm bảo về mặt chất lượng.

2. Hãy cẩn thận với các loại giấy tờ quản trị hay còn gọi là CCR (điều khoản, điều kiện, điều cấm). Các nguyên tắc, quy định, tuyên bố và các luật quy định trong các giấy tờ này đã hình thành nên cấu trúc quản lý của HOA. Luật của các bang được đặt ra theo những yêu cầu khác nhau, do đó cần thiết phải nhờ đến một luật sư có kinh nghiệm của bang xem xét, kiểm tra trước khi tiến hành kế hoạch. Không có cái gì gọi là "văn bản quản lý chung". Mỗi HOA một kiểu và các quy định luật pháp của mỗi bang vẫn cứ không ngừng thay đổi. Đừng bao giờ cố chi tiền cho các chi phí về pháp lý, bởi vì các văn bản pháp lý cẩu thả có thể gây khó khăn cho hoạt động điều hành của ban giám đốc HOA, gây ảnh hưởng xấu đến việc thực thi các quy định hoặc việc kêu gọi đóng góp tiền để bảo trì các tài sản.

3. Dự thảo ngân sách của HOA một cách hợp lý. Để tăng khả năng cạnh tranh khi bán các hệ thống HOA, một số nhà phát triển sẽ đặt giá bán ở mức thấp kỷ lục. Nếu giá cạnh tranh chung trên thị trường là 300 đô la mỗi tháng thì có thể, họ chỉ mời giá 250 đô la. Đó hẳn là một thoả thuận hấp dẫn hơn, đúng không nào? Nhưng điều này khó đấy! Ví dụ, một HOA cần thu 300 đô la mỗi đơn vị để duy trì ngân sách hoạt động thì hành động "giảm giá" kia của nhà phát triển

sẽ nhanh chóng bị ban giám đốc phát hiện ra. Và ngay sau đó, nhà phát triển sẽ nhận được từ một bức thư với luật sư những từ ngữ không mấy đẹp đẽ như bóp méo hay chơi bẩn ở chỗ này hay chỗ khác. Cho dù nhà phát triển có cố tình hay vô tình tính thấp đi ngân sách của HOA thì anh ta cũng sẽ phải có trách nhiệm với vấn đề này. Thêm nữa, nếu một HOA không có đủ tiền để duy trì tài sản thì hoạt động của hội sẽ tan rã và nhà phát triển sẽ bị đổ lỗi nếu chất lượng công trình nảy sinh vấn đề.

Tốt nhất là phải có những nhà tư vấn ở bên thứ ba, bao gồm các giám đốc HOA chuyên nghiệp, các CPAs, các nhà tư vấn quản lý chuyên về HOA để quyết định ngân sách hoạt động và ngân sách dự trữ cho HOA. Nhà phát triển nên có một phần trách nhiệm trong hoạt động quản lý ngân sách của HOA.

4. Tiến hành nghiên cứu dự trù. Một nghiên cứu dự trù sẽ tiên liệu được những thứ cần sửa chữa và thay thế mà HOA phải thực hiện trong hơn 30 năm nữa. Nghiên cứu này cũng giúp xem xét một số thành phần khác như trần nhà, sơn, lớp ván gỗ ngoài giàn khung, dự trù mức chi phí cho các khoản sửa chữa hay thay thế này, lên kế hoạch cụ thể cho từng bộ phận (ví dụ như mái nhà: khoảng 30 năm, sơn: khoảng 10 năm) và dự thảo ngân sách giúp ban giám đốc cân đối được mức tiền phải dự trữ mỗi năm để chi cho các việc cần làm trong tương lai. Do những chi phí này có thể lên đến hàng triệu đô la nên trong ngân sách của HOA, ngay từ lúc đầu đã phải tính cả khoản này. Sau đó, vấn đề còn lại, chỉ là thu tiền từ các chủ hộ mỗi tháng, đưa vào tài khoản dự trữ và dùng khoản tiền này để chi trả cho các phí sửa chữa hay thay thế khi cần. Nếu HOA nào cũng tuân theo từng bước như thế thì mọi việc sẽ đi vào quy trình hoạt động một cách tuần tự, suôn sẻ, các chủ hộ được hưởng lợi ích bán lại với giá cao và cộng đồng sẽ trở nên đầy sức sống và đáng khao khát.

5. Đưa ra kế hoạch tu sửa nhà. Khi đã dành đủ một phần ngân sách cho các khoản bảo trì nhất định, phần tiền còn lại được chi tiêu như thế nào sẽ là một vấn đề đáng quan tâm. Hãy nhớ rằng, ban giám đốc gồm toàn những thành viên không chuyên; họ không có kiến thức hay kinh nghiệm gì về việc chi dùng hàng triệu đô la cho những tài sản mà họ được giao phó. Do đó, kế hoạch tu sửa nhà mà nhà phát triển viết ra chi tiết hoá những thứ cần làm, ai làm và khi nào thì nên tiến hành công việc. Kế hoạch nên được viết bằng các thuật ngữ không chuyên, bởi viết như vậy thì các thành viên bản quản trị mới có

thể hiểu được. Họ nên hiểu cần phải làm cái gì, chứ thực ra họ cũng không phải là những người trực tiếp tiến hành. Một kế hoạch tu sửa có sự gắn bó chặt chẽ với ngân sách hoạt động và nghiên cứu dự trù sẽ chỉ dẫn cho ban giám đốc biết cách làm thế nào để tiêu tiền cho HOA một cách hợp lý.

6. Thực hiện đúng các nghĩa vụ bảo hiểm. Các nhà phát triển phải trách nhiệm bảo hiểm cho về tài sản HOA mà họ bán. Giải quyết nhanh chóng và đúng mực các yêu cầu đòi bảo hiểm sẽ góp phần giúp nhà phát triển thu được lượng cổ tức lớn tại phòng quan hệ công chúng. Tốt nhất là hãy phân công một ai đó chuyên trách về công việc này vì nó đòi hỏi một khả năng tổ chức cao mà các nhà thầu trung bình không thể làm được. Ngoài việc thực hiện đúng đắn các công việc ra thì việc thực hiện đúng giao kèo bảo hiểm cũng sẽ giúp xây dựng uy tín - thứ sẽ trở nên vô giá trong các thoả thuận tương lai. Một lịch sử hạnh phúc sẽ giúp làm dịu đi các xung đột có thể xảy ra trong tương lai.

7. Luôn ở trong cuộc. Đừng nghĩ rằng cứ khi nào một dự án đã được bán đi và chuyển giao cho các chủ hộ có nghĩa là công việc của nhà phát triển đã xong. Bên cạnh các vấn đề về bảo hành, nhà phát triển luôn phải chuẩn bị tinh thần đối đầu với các vấn đề pháp lý có thể nảy sinh bất kì lúc nào. Để giúp chống đỡ với tình huống này, các nhà phát triển nên giữ quyền đã được ghi trong văn bản quản trị, đó là thường xuyên tham dự các buổi họp của ban giám đốc và nhận các biên bản họp. Các nhà phát triển năng động thực hiện những quyền này một cách nghiêm túc và tham dự các cuộc họp trong nhiều năm liền. Kết quả là những vấn đề nhỏ sẽ được thu lại trước khi chúng thực sự trở thành vấn đề lớn.

Trở thành một nhà phát triển HOA có thể sẽ là một sự lựa chọn đúng đắn và bạn xứng đáng nhận được những thành quả lao động cũng như lợi nhuận kinh doanh (nếu bạn biết chấp hành những nguyên tắc của người trong cuộc trong mọi bước hành động). Hãy ghi nhớ lời khuyên này và tận hưởng những kết quả ngọt ngào.

90. Xây những khu nhà hợp thị hiếu cộng đồng

JONATHAN M.TISCH

Jonathan M. Tisch là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc hệ thống khách sạn Loews và là tác giả cuốn "Sức mạnh của chúng ta: Thành công nhờ tinh thần hợp tác" (The Power of We: Succeeding Through Partnerships).

Là chủ tịch hệ thống khách sạn Loews, tôi dành phần lớn thời gian của mình vào kinh doanh bất động sản, ngạch quản trị khách sạn. Nghề kinh doanh khách sạn không giống như các ngành kinh doanh khác, chúng tôi mở cửa 24 giờ một ngày, 7 ngày trong tuần và 365 ngày trong năm. Nếu một khách sạn hoạt động kém hiệu quả, chúng tôi không thể bỏ đấy và nhảy sang một vị trí khác. Do đó, chúng tôi có trách nhiệm phải trở thành một thành viên thực sự của cộng đồng.

Có một cách giúp chúng tôi thực hiện được chủ trương này là xây dựng và thiết kế các khách sạn của chúng tôi sao cho phù hợp với môi trường cảnh quan của khu vực xung quanh. Một trong những chiến thuật lâu dài của chúng tôi nhằm tăng cường quan hệ với cộng đồng là phát triển các khu khách sạn theo hướng có lợi cho môi trường công cộng xung quanh đó. Chúng tôi không chỉ coi người dân sống trong cộng đồng đó là khách hàng mà còn coi họ là đối tác. Một trong những ví dụ tiêu biểu có thể kể đến là dự án bãi biển Miami.

Năm 1993, trước khi bãi biển phía Nam hồi sinh, thành phố tổ chức đấu thầu để chọn ra một nhà thầu có khả năng xây dựng một khách sạn hạng nhất nhằm giúp hồi sinh nền kinh tế địa phương, hỗ trợ phát triển trung tâm hội nghị gần đó và thúc đẩy phát triển kinh tế. Đó sẽ là một khách sạn trung tâm và dự kiến phải mất khoảng 30 năm để xây dựng khu khách sạn này. Lúc đó, các tập đoàn kinh doanh khách sạn chính ở Hoa Kỳ đáp ứng được những đòi hỏi trong bản đề nghị đều phản ứng gay gắt vì cho rằng, quá trình xây dựng quá lâu.

Chúng tôi đã nộp một gói thầu cực kỳ gây ấn tượng và đã làm việc tích cực để tận dụng tối đa những ưu thế của vị trí này cho việc xây dựng khách sạn - một khu vực rộng 2 hecta nằm trên đại lộ Collins và đường Sixteeth, giữa trung tâm quận Art Deco lâu đời của bãi biển Miami. Trong khu đất này có khách sạn cổ St. Moritz, một tài sản bị bỏ quên lâu không được sử dụng kể từ năm 1927. Khách sạn này hẳn sẽ được công ty thắng thầu cải tạo và sửa sang lại với một trang thiết bị và cơ sở hạ tầng mới. Chiến lược của chúng tôi là sẽ xây dựng một khu khách sạn có lối kiến trúc hài hoà, chứ không phải đối chọi với cảnh quanh cổ kính, huyền diệu xung quanh.

Sau khi đệ trình bản kế hoạch, thiết kế của chúng tôi đã nhận được nhiều lời ngợi khen. Nhà phê bình kiến trúc của tờ Miami Herald, ông Peter Whoriskey nhận xét kế hoạch của chúng tôi "thực sự phù hợp" với cảnh quan bãi biển vốn đầy thách thức cho bất kì nhà quy hoạch nào. Ông cũng nói rằng, chúng tôi đã thực sự thành công trong việc "tôn trọng nét đặc sắc, khác biệt của bãi biển cũng như của khu vực này."

Ngay sau khi tuyên bố tập đoàn Loews thắng thầu, lượng vé đặt trước ở Trung tâm Hội nghị bãi biển Miami tăng vọt đến 289%. Chúng tôi đã bảo tồn khách sạn St. Moritz theo đúng phong cách Art Deco tráng lệ và xây dựng một tháp khách sạn mới của chúng tôi ở khu đất lân cận.

Để thành công trong lĩnh vực bất động sản, bạn không những phải là một phần trong cộng đồng ấy mà còn cần phải nỗ lực phản ánh được những sắc thái đặc trưng của cộng đồng đó. Khách sạn Miama Beach Loews, với thiết kế kiểu tháp Art Deco mang tính biểu tượng đã trở thành một địa điểm có sức thu hút đặc biệt, ngay từ ngày đầu mở cửa - ngày 24 tháng 12 năm 1998. Công trình đã góp phần làm mới cảnh quan xung quanh và biến đại lộ Collins thành một trong những khu khách sạn danh tiếng nhất thế giới hiện nay.

91. Phát triển có chiến lược

MARJORIE TORRES

Marjorie Torres là người sáng lập kiêm Tổng giám đốc hãng Concrete Stories, một hãng tư vấn bất động sản thương mại chuyên cung cấp cho các chủ đất, người thuê đất và các nhà đầu tư những lời khuyên đầy chiến lược, cách thức môi giới, thương lượng cũng như các dịch vụ phát triển bất động sản.

Là một doanh nghiệp Latinh, tôi có may mắn được nhận những lời khuyên kỳ diệu từ các nhà lãnh đạo xuất chúng, tầm cỡ thế giới. Những kinh nghiệm có tính tổng quát của họ đã giúp tôi có khả năng cạnh tranh ở mọi lĩnh vực tôi muốn tham gia.

Tôi gây dựng mà công ty Concrete Stories bằng cách tập trung vào việc thực hiện các hợp đồng cho thuê và tiến hành các quy trình môi giới bất động sản thương mại. Do đã từng cọ xát nhiều trong giới bất động sản thương mại trên khắp thế giới nên những kiến thức nền tảng trong lĩnh vực tài chính đầu tư và sắp xếp công nghệ đã giúp tôi rất nhiều trong việc quyết định liệu một dự án cụ thể có đáng để theo đuổi hay không.

Duy trì vai trò quản lý chủ đạo

Lời khuyên quan trọng nhất mà tôi nhận được là: Để công ty phát triển theo đúng tầm nhìn định hướng của tôi thì tôi cần phải giữ vai trò quản lý chủ đạo trong công ty. Tôi đã xây dựng quỹ mạo hiểm cho công ty tôi và giờ đây, chúng tôi có những nhà đầu tư tiếng tăm như Credit Suisse First Boston Merchant Capital, trường đại học Columbia và trường đại học Wesleyan. Tôi đã phải trải qua những cuộc thương lượng hết sức cam go, nhưng tôi vẫn theo đúng lời khuyên này - quản lý công ty và sở hữu hơn 70% cổ phần.

Tạo cho công ty bạn sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh

Ở một giai đoạn phát triển tiếp theo, lời khuyên tốt nhất mà tôi được nhận là: cần tạo cho bản thân tôi sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh và tập trung vào những điểm mạnh mà tôi có. Kết quả là, chúng ta có thể cung cấp những lời tư vấn về bất động sản có tính chiến lược cho các công ty đã ghi bất động sản trong danh mục đầu tư của họ. Chúng tôi để ý đến những hãng góp vốn tư nhân và các nhà đầu tư từ thiện. Những đại diện của các hãng này là thành viên trong ban quản trị và họ quản lý những danh mục đầu tư của các công ty đang có nhu cầu về dịch vụ bất động sản. Những công ty này đã học được bài học của kỷ nguyên ".com". Công ty chúng tôi đóng vai trò là tổ chức trung gian, hỗ trợ tư vấn. Chúng tôi giúp lãnh đạo của các công ty đó giải quyết các vấn đề về hợp đồng và mở rộng quy mô hoạt động.

Hãy nghĩ những điều lớn lao

Gần đây, lời khuyên bổ ích nhất mà tôi nhận được là tôi cần phải nghĩ đến những điều lớn lao! Tôi đã có tất cả những tài sản mà nỗ lực phải cạnh tranh mới có được và đó cũng là những thời điểm lao tâm khổ tứ nhất để có thể phát triển được. Chúng tôi hiểu thị trường New York và chúng tôi cung cấp cho khách hàng những chiến lược phát triển hiệu quả. Giờ đây, như một quy luật, chúng tôi đang phát triển các dự án khác nhau từ quy mô hơn 4 triệu mét vuông đến hơn 8 triệu mét vuông.

Luôn nhớ phải lắng nghe

Trong mọi cung bậc của sự phát triển, tôi không bao giờ quên một nguyên tắc đơn giản: bất động sản là nghề kinh doanh con người, phải học cách lắng nghe. Chúng ta là những nhà giả kim. Chúng ta phải giải mã tác động của mỗi bên tham gia, vai trò, ảnh hưởng của cộng đồng (nguồn lực xã hội), số lượng việc làm được tạo ra (vốn chính trị), tỷ lệ quay vòng (vốn kinh tế) và một số yếu tố khác nữa. Công ty chúng tôi đã chuyển thành công từ một hình thái này sang

một loại khác và giúp xây dựng những dự án lớn hơn. Việc tạo ra các tình huống đôi bên cùng có lợi sẽ giúp bạn xây dựng được các hợp đồng thoả thuận.

92. Không có gì thay thế được niềm đam mê

DONALD TRUMP JR.
Donald Trump Jr. là Phó chủ tịch điều hành bộ phận phát triển Tập đoàn The Trump Organization.

Lời khuyên bổ ích nhất mà tôi từng được nhận là “Không có gì thay thế được niềm đam mê.”

Những nhà lãnh đạo xuất sắc nhất thôi thúc mọi người xung quanh làm việc bằng cách khuyến khích họ phát huy niềm đam mê và các bản năng sẵn có. Vì thế, dù trong lĩnh vực bất động sản hay trong bất kì lĩnh vực nào đi nữa thì chìa khoá để có được thành công là hãy tìm công việc mà bạn thích làm, để sau đó có thể làm tốt hơn bất kì ai - bởi vì thành công đến dễ dàng hơn với những người làm theo niềm đam mê của họ.

93. Xây dựng uy tín một cách thận trọng

IVANKA M. TRUMP

Ivanka M. Trump tham gia Tập đoàn The Trump Organization vào năm 2005 với tư cách là thành viên của nhóm phát triển. Cô tham gia tích cực vào mọi lĩnh vực phát triển bất động sản, từ đánh giá hợp đồng thoả thuận, phân tích, lên kế hoạch cho việc thi công, quảng cáo, vận hành, bán hàng và cho thuê.

Là một người trẻ tuổi trong lĩnh vực này, điều quan trọng bậc nhất là phải biết tạo ra những thành tích xuất chúng. Bạn cần đặt ra cho mình các tiêu chuẩn và phải nhất quán, trung thực. Bạn luôn phải cống hiến hết mình. Những hành động của bạn cần phải được thực hiện một cách hoàn hảo. Hãy xây dựng uy tín cho mình ngay từ phút đầu tiên. Phải luôn xác định việc xây dựng uy tín cho mình một cách nghiêm túc, đây sẽ là một trong những nhân tố cần thiết nhất để có thể nâng cao vai trò lãnh đạo của bạn.

94. Hãy luôn vui vẻ vì bạn đang kiếm lợi nhuận

STEVE VAN AMBURGH
Steve Van Amburgh là Tổng giám đốc công ty Koll Development, một trong những công ty bất động sản thương mại hàng đầu quốc gia.

Khi bạn và công ty của bạn có được sự tự tin, bạn sẽ cảm thấy rất vui vẻ, thoải mái. Mọi người đều thích sự vui vẻ.

Và dường như khi bạn có được sự vui vẻ, bạn thường làm được những điều vượt quá cả mong đợi của người khác, bạn sẽ giành được nhiều dự án mới và đạt những kết quả kỳ diệu. Hãy luôn vui vẻ và chiến thắng. Đó là lời khuyên tốt nhất mà chúng tôi muốn gửi gắm đến bất kì ai đang tìm kiếm một lời khuyên.

95. Tập trung vào chất lượng

LEO F. WELLS III

Leo F. Wells là nhà sáng lập và là Chủ tịch công ty Wells Real Estate Funds, Inc. Tập đoàn này có các công ty thành viên đang phục vụ tới hơn 200 nghìn nhà đầu tư, chuyên cung cấp các dịch vụ bất động sản văn phòng hạng A và các cơ hội đầu tư bất động sản khác.

Đôi khi lời khuyên xuất hiện dưới dạng một câu chuyện cười. Có một câu chuyện cười khá cũ nói về các chu kỳ đầu tư và bất động sản mà tôi đã được nghe cách đây nhiều năm và thỉnh thoảng, tôi vẫn kể với mọi người.

Trong những ngày cuối cùng của chiến tranh thế giới thứ hai, một con tàu chất đầy cá mòi chạy tới châu Âu để phục vụ quân đội. Khi chuyến tàu vẫn đang trong hành trình của mình thì chiến tranh kết thúc nên con tàu lại quay về cảng New York. Người chủ tàu nghĩ rằng anh ra nên bán chỗ cá đó và phải bán hết càng nhanh càng tốt.

Ngay lúc đó, có một người muốn mua hết chỗ cá của anh ta với giá một niken một thùng. Anh sung sướng quá, vội chuyển ngay cá xuống. Người mua này lại tiếp tục bán cho một người khác nhưng với giá 6 xu một thùng, rồi 7 xu một thùng cho một người mua khác nữa, và cứ vậy, giá thùng cá mồi lên đến 10 xu.

Cuối cùng một nhà buôn lớn đến trả 15 xu một thùng, và bán số cá mòi này cho một cửa hàng rau với giá 20 xu. Khi được đặt lên trên quầy ở cửa hàng, cá mòi lên giá 25 xu một thùng.

Chẳng bao lâu sau, các khách hàng mua cá ở cửa hàng tức giận quay lại trả. Cá mòi bị ươn. Chủ cửa hàng gọi người bán buôn.

Người chủ nói: “Các khách hàng của tôi rất tức giận. Sao anh lại bán cá ươn cho tôi hả?”

Có tiếng trả lời: “Những con cá mòi này không phải để ăn, mà là để kiếm tiền”.

Khi thị trường bất động sản bung ra, chắc hẳn sẽ có những người phải kiếm được rất nhiều - nhưng cuối cùng ngay cả khi có ai đó có thể kiếm lợi từ một tài sản thì giá trị thật của tài sản cũng sẽ vẫn được bộc lộ rành rành. Ở một khía cạnh nào đó, sẽ có người phải ăn cá mòi. Và cũng ở khía cạnh này, nhà đầu tư bất động sản có thể phát đạt, trong khi những người khác lại tức điên lên vì phải chịu đống cá bốc mùi hôi thối trên tay.

Trong bất động sản cũng như trong các ngành kinh doanh khác, chất lượng là cả một vấn đề. Tôi nhận ra rằng, các sản phẩm bất động sản chất lượng, dịch vụ chất lượng, những người thuê chất lượng - chính là dấu hiệu của sự thành công.

96. Biết đường lùi trước khi mua

BRETT WHITE
Brett White là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc công ty CB Richard Ellis.

Trong những năm đầu thập kỷ 1990 và vào năm 2001, 2002, một số lĩnh vực trọng yếu trong ngành bất động sản bị suy giảm. Chính bởi điều này, nhiều nhà tiên tri đã tuyên bố ngành bất động sản thương mại sẽ bị diệt vong, hay ít nhất là cũng bị thất sủng thảm hại. Ngược lại với quan điểm này, vô số các nhà đầu tư thông thái nhất trong ngành lại đi mua các tài sản bất động sản thương mại mà họ có thể nắm được. Tất nhiên là những nhà đầu tư này đã trúng mánh lớn nhờ tài tiên đoán của họ. Bài học ở đây là xét về mặt lâu dài, bất động sản thương mại là lĩnh vực tài sản có độ dẻo dai và lịch sử đã cho thấy, nếu một người sẵn sàng mua một bất động sản thương mại, ngay cả khi những người khác cảm thấy thị trường này đã hết thời thì một ngày đẹp trời nào đó, sự đầu tư này sẽ mang lại kết quả thần kỳ.

Những người bạn và khách hàng của tôi thường nhờ tôi tư vấn xem liệu có nên mua một miếng bất động sản thương mại hay không? Liệu giá như thế là có quá cao không? Họ có nên đợi cho đến khi giá giảm rồi mới mua không? Những câu hỏi như thế và vô vàn những câu hỏi khác nữa khiến họ cảm thấy ngần ngại trước khi quyết định mua.

Tôi luôn trả lời những người này bằng cách nhắc nhở họ rằng, dù họ quyết định thế nào đi nữa thì luôn phải có chiến lược rút lui. Nếu bạn đang muốn mua một miếng bất động sản thương mại muốn giữ tài sản này để đầu tư dài hạn thì có một điều chắc chắn tôi phải nói với bạn là về mặt lâu dài, giá bất động sản đó thế nào cũng tăng, dù cho các chu kỳ kinh tế, các công nghệ mới, sức cạnh tranh toàn cầu hay các yếu tố khác có thay đổi thế nào đi nữa. Chỉ có một vài người mới nói là họ bị thiệt hại do đầu tư vào bất động sản thương mại khi họ giữ tài sản đó đến 15 năm, 20 năm hoặc lâu hơn nữa. Đây là một trong những khía cạnh kinh hoàng của bất động sản thương mại.

97. Thoả thuận khi cần thiết

KEN WILSON
Ken Wilson là người đồng sáng lập kiêm Tổng giám đốc công ty Capital Hotel Management, LLC.

Sau 25 năm làm việc trong ngành đầu tư bất động sản khách sạn, tôi đã học được nhiều bài học để trở nên thành công. Công thức cho sự thành công của tôi bao gồm những điều sau:

Tầm nhìn. Đừng để thoả thuận chi phối bạn mà ngược lại, hãy chi phối từng thoả thuận bằng cách thức bạn tiến hành với thoả thuận đó. Một thoả thuận bất động sản chỉ được coi là hoàn hảo nếu nó chứa đựng tầm nhìn cũng như vốn và một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm, tận tâm, cố gắng biến tầm nhìn thành hiện thực.

Thời gian. Thời gian là tất cả. Biết được khi nào nên vào cuộc và khi nào nên rút lui. Thà đúng 80% còn hơn là sai 100%.

Rủi ro. Đừng bao giờ đặt cược tất cả vào một thoả thuận. Trong các thoả thuận bất động sản, đặc biệt là trong lĩnh vực khách sạn, có rất nhiều lời nói dối vượt quá tầm kiểm soát của bạn. Chỉ cần một sự kiện cũng có thể biến một hợp đồng béo bở thành một hợp đồng tồi tệ, dù chỉ trong một đêm. Hãy nhớ, rủi ro và thành quả luôn có quan hệ trực tiếp với nhau.

Chặt chẽ. Đừng để một thoả thuận tiềm năng nằm chết ở trên bàn của bạn - bạn sẽ không thể nào biết được thoả thuận đó có lợi đến mức nào nếu bạn không chịu mở ra xem. Và bạn có thể nói hợp đồng đã được thực hiện thành công khi cả người bán và người mua đều ra về với mức độ hài lòng như nhau.

98. Bỏ đi khi cần thiết

SCOTT A. WOLSTEIN

Scott A. Wolstein là Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc công ty Developers Diversified Realty, một tập đoàn đầu tư bất động sản theo hình thức góp vốn Tập đoàn quản lý tài sản ở 44 bang và ở Puerto Rico.

Cha tôi tên là Bart Wolstein và ông là người đã cho tôi lời khuyên quan trọng nhất trong số những lời khuyên mà tôi từng được nhận: "Luôn sẵn sàng đóng vali và bỏ đi". Đó là một lời khuyên giản dị nhưng lại có tác dụng hết lần này đến lần khác. Khi bạn bước vào các cuộc thương lượng, bạn phải có một mức độ thờ ơ nhất định, một mức độ đủ để bạn có thể cảm thấy không tốt cũng chẳng xấu, dù cho hợp đồng có được ký kết hay không. Khi bạn đã có được trạng thái tâm lý này, bạn cần chuẩn bị tinh thần để đóng va li và ra khỏi phòng. Nếu bạn không sẵn sàng cho việc này có nghĩa là bạn vừa thất bại trong việc ký kết một hợp đồng.

Các doanh nhân bất động sản thường tỏ ra quá mải mê với các hợp đồng thoả thuận. Đây có thể là một lỗi chết người. Có vô vàn các hợp đồng. Sướng điên lên với mọi cơ hội có thể sẽ là một vấn đề. Trong bài diễn văn nói với giới chuyên gia bất động sản, Albert Ratner, một người trong ngành của chúng tôi đã từng châm biếm, "Cần có một đường dây nóng 24 trên 24 giờ có tên gọi là Nhà phát triển Vô danh. Bạn có thể gọi cho số điện thoại này bất kì lúc nào và hỏi tư vấn cho trường hợp bản hợp đồng của bạn và họ sẽ nói với bạn là hãy quên nó đi!" Thật buồn cười, nhưng đó là sự thật. Có lẽ, trong các nguyên tắc về bất động sản, cần phải có "đường dây nóng" này trong đầu những người chuẩn bị xách cặp đi thương lượng.

Ngoài ra, kỹ năng quan trọng nhất để giành thắng lợi trong các cuộc thương lượng bất động sản là khả năng lắng nghe. Để một giao dịch được thực hiện thành công, người phía bên này phải hiểu rõ ràng ý muốn của đối tác bên kia. Chắc chắn là bạn đã biết rõ ý muốn của mình rồi. Nghệ thuật là ở chỗ bạn biết đối phương muốn gì. Ngay khi bạn biết được người kia cần gì, bạn sẽ biết phải làm gì để định hướng giao dịch, sao cho kết quả có lợi nhất cho bạn, đáp ứng được

những yêu cầu của bạn và đồng thời cũng thoả mãn được những đòi hỏi của phía bên kia. Thông thường, đây không phải là trò chơi chỉ mang lại kết quả là con số không. Điều mà phía bên kia cho là quan trọng có thể lại chẳng là gì với bạn. Hãy tìm ra điều đó, bạn sẽ dẫn đầu trò chơi. Dành ít thời gian vào việc thuyết phục đối phương đáp ứng những đòi hỏi của bạn và dành nhiều thời gian lắng nghe những yêu cầu của anh ta rồi cố gắng thực hiện nó. Nếu nỗ lực của bạn không phát huy tác dụng, hãy đóng cặp vào và đi thẳng!

99. 5 quy tắc kinh doanh thành công

ROB ZACHE

Rob Zache là Chủ tịch công ty Central Place Real Estate, công ty chuyên kinh doanh khách sạn, nhà hàng và bất động sản thương mại ở phía Bắc Hoa Kỳ.

Mặc dù tôi chủ yếu kinh doanh bất động sản thương mại nhưng dưới đây, tôi xin được nói đến cả hai lĩnh vực, bất động sản nhà ở và bất động sản cho hoạt động thương mại.

Nhà ở

Khi bạn cần mua một ngôi nhà thì lời khuyên của tôi là "mua môi trường xung quanh, chứ đừng mua nhà". Đây là điều phần lớn những người mua nhà không để ý.

Hầu hết người đi mua nhà đều không hiểu những nhân tố ảnh hưởng đến giá trị của các loại tài sản nhà ở. Họ chỉ muốn sống trong một ngôi nhà giống như ngôi nhà họ đã từng sống và lớn lên; họ có xu hướng tìm mua đúng những ngôi nhà kiểu như thế, cho dù địa điểm có thể ở bất cứ nơi đâu. Đây đúng là một sai lầm chết người. Họ có thể tìm một ngôi nhà mà họ thích, miễn là đừng lấy những cơ ngơi có môi trường, quang cảnh tồi tệ - và có lẽ, cũng đừng bao giờ rút giá trị tài sản bị cầm cố khi họ bán nó đi.

Tôi khuyên các bạn nên mua một ngôi nhà có tiềm năng bán được giá, hơn là lấy một ngôi nhà chỉ vì mình thích. Tôi thấy có vài người mua một nơi họ thích, sau đó lại hối hận vì khi bán cho người khác, giá bị tụt xuống quá thấp. Những người này đã mua tài sản một cách cảm tính, thay vì tìm hiểu xem vị trí ngôi nhà đó sẽ có giá hay bị mất giá trong tương lai. Môi trường xung quanh là một trong những nhân tố quan trọng nhất cần phải xem xét khi mua nhà.

Lời khuyên của tôi là hãy tìm khu vực mà bạn thấy yêu thích và sau đó mới lựa chọn ngôi nhà tốt nhất trong khu vực cảnh quan đó. Ngôi nhà đó có thể không hoàn hảo nhưng môi trường cảnh quan tốt sẽ là tổng hợp của những nhân tố cần thiết giúp làm tăng giá trị cho ngôi nhà và khiến nó không bị mất giá khi bạn cần bán. Môi trường xung quanh quyết định giá trị của ngôi nhà hơn chính bản thân nó. Những ví dụ về cảnh quan môi trường có thể là thành phần dân cư (giới công nhân hay giới cán bộ), các khu công nghiệp, các tuyến xe lửa, công viên, nước sinh hoạt, các công viên hạng A), các tuyến đường bạn phải đi qua hàng ngày (các đường cao tốc, khu công nghiệp, các khu dân cư hoặc khu thương mại, và bản thân quang cảnh xung quanh (các ngôi nhà quanh đó cũ hay mới, lớn hay nhỏ, thiết kế kiến trúc ra sao, cây cối, vườn tược thế nào)..., tất cả những yếu tố này đều ảnh hưởng đến chất lượng của môi trường, cảnh quan xung quanh.

Ngoài ra, hãy mua khu vực môi trường tốt nhất bạn có thể mua. Sau đó chọn một ngôi nhà có mức giá thấp hơn hoặc trung bình trong tổng thể khu vực đó. Giá trị và sức mạnh của cảnh quan tổng thể sẽ làm tăng giá trị cho ngôi nhà của bạn. Đừng bao giờ chọn một ngôi nhà ở mức giá đắt tiền trong một khu vực có mức thấp hoặc trung bình. Trong trường hợp này, bạn khó có cơ hội thu về nhiều tiền, bởi vì ngôi nhà đó sẽ luôn bị so sánh là đắt hơn so với các ngôi nhà lân cận.

Thương mại

Tôi đã làm việc trong ngành bất động sản thương mại, phát triển, môi giới gần 25 năm và gần như độc quyền trong lĩnh vực quyền kinh doanh ; được hướng dẫn đào tạo và được ký kết nhiều hợp đồng với các tập đoàn như Hilton, Marriott, Promus và Outback Steakhouse. Tôi đã tham gia hơn một trăm hợp đồng lớn ở 8 bang với tổng giá trị dự án lên đến hơn 1 tỷ đô la.

Điều quan trọng nhất mà lĩnh vực quyền kinh doanh (franchise) đã dạy cho tôi là: Nếu bạn tuân theo những nguyên tắc đơn giản nhất thì dù trong bất kì lĩnh vực kinh doanh nào, tôi xin nhắc lại, bất kì lĩnh vực nào, bạn cũng sẽ thành công.

Tôi phải mất một thời gian để hiểu ra rằng: không phải ai cũng có thể vận hành thành công công việc kinh doanh của mình. Cách đây nhiều năm, ngành franchise thực sự giúp áp dụng các hệ thống kinh doanh vào bất kì doanh nghiệp nào hoặc bất kì hoàn cảnh nào. Phần lớn mọi người tuân theo chu trình của hệ thống. Và phần lớn đều thành công. Đó là lý do vì sao bạn thấy có rất nhiều dây chuyền franchise được ký kết, từ những bà mẹ già nhảy vào kinh doanh mà không hề biết tí gì hoặc cũng chẳng tuân theo các quy tắc đơn giản nào. Nếu họ làm được điều này thì chắc hẳn họ sẽ thành công nhiều hơn hoặc ít nhất, khả năng cạnh tranh cũng sẽ cao hơn.

Để kinh doanh thành công, theo tôi, phải thực hiện 5 quy tắc sau: 1 là thị trường, 2 là vị trí, 3 là thiết bị, 4 là sản phẩm, 5 là cách quản lý. Nếu bạn có 5 nguyên tắc này, bạn sẽ thành công, hay ít nhất là có khả năng thành công.

1. Thị trường. Hãy đảm bảo bạn đang kinh doanh ở đúng thị trường phù hợp, nghĩa là đúng thành phố, đúng thị trường hay cảnh quan ở thành phố đó. Đừng cố mở một khách sạn ở giữa nơi đồng không mông quạnh, chẳng có một bóng người hay phương tiện giao thông gì. Đừng cố mở một nhà hàng ở nơi mà dân cư có nguồn thu nhập thấp kém. Đừng mở một spa cao cấp ở gần một khu nhà máy sản xuất công nghiệp với phần đông dân cư là những người công nhân tài chính hạn hẹp, hay đừng cố bán những hòn tuyết ở vùng Alaska tuyết phủ quanh năm. Hãy chắc chắn những suy nghĩ của bạn phù hợp với thị trường, với những phân tích nhân khẩu học, sức cạnh tranh và phải nhạy bén với nhu cầu của thị trường. Phải phù hợp hoá sản phẩm với thị trường. Điều này nghe có vẻ quá rõ ràng nhưng bạn sẽ không thể tin là có vô vàn doanh nghiệp quên mất quy tắc đơn giản này đâu.

2. Vị trí. Ngay khi xác định được một thị trường có những khả năng phù hợp với chiến lược của bạn, hãy cố gắng tìm một vị trí tốt nhất có thể trong thị trường đó. Và hãy trả bằng bất cứ giá nào (tất nhiên vẫn phải có lý trí) để có thể có được phần bất động sản tốt nhất cho việc kinh doanh của bạn. Một trong những lỗi lớn nhất mà tôi chứng kiến là các doanh nghiệp trả giá thấp cho một bất động sản, cho rằng một vị trí thứ hai cũng là quá đẹp đối với việc kinh doanh của họ rồi. Đó là một sai lầm lớn. Quyết định đó dường như sẽ dẫn đến thất bại cho việc kinh doanh, hay ít nhất, khiến cho việc kinh doanh bị thất bát. Hãy trả giá đến cùng. Chọn địa điểm tốt nhất. Bất

động sản có nghĩa là vị trí, vị trí và vị trí. Nó sẽ đem lại thành quả xứng đáng về lâu, về dài; còn nếu bạn không mua phần bất động sản tốt nhất cho việc kinh doanh của bạn, bạn sẽ phải trả giá. Đừng tiếc rẻ. Hãy mua và chấp nhận.

3. Trang thiết bị. Xây dựng hay mua sắm trang thiết bị sẽ giúp cho hoạt động kinh doanh thêm sôi động. Các toà nhà được xây dựng để phục vụ cho mục đích kinh doanh, chứ không phải ngược lại. Toà nhà đó cần phải giúp cho việc kinh doanh thêm hiệu quả, tăng hiệu suất. Nếu cần phải đẹp, hãy làm cho nó đẹp. Hãy thiết kế toà nhà sao cho có thể phục vụ tối đa mục đích kinh doanh của bạn hoặc để làm hài lòng sự mong đợi, yêu cầu của khách hàng. Nếu trang thiết bị không được đầu tư hết mức, việc kinh doanh sẽ không thể phát huy hết tiềm năng và nó sẽ là tảng đá chặn đường thành công lớn nhất bạn của bạn.

4. Sản phẩm. Hãy xác định loại hình kinh doanh phù hợp ngay từ đầu, cho dù nó là hàng bán lẻ, là món ăn trong một nhà hàng, là dịch vụ hay một giấc ngủ ngon trong khách sạn. Phải biết khách hàng muốn gì, xác định sản phẩm của bạn là gì và hãy cam kết cung cấp sản phẩm tốt nhất thị trường, hãy làm hài lòng quý khách hàng mọi nơi. Đó sẽ là một dịch vụ, một sản phẩm cụ thể để đem bán, hay là một dạng hỗn hợp? Hãy hiểu biết về khách hàng của bạn và biết họ muốn sản phẩm gì. Giới thiệu sản phẩm theo cách khách hàng ưa thích nhưng cũng phải biết lựa chọn đúng sản phẩm nữa.

5. Quản lý. Ngay khi 4 điều trên đã được thực hiện thì công việc dù ít hay nhiều, cũng đã đi vào ổn định, chỉ còn lại một khâu cuối cùng, đó là quản lý. Nếu không quản lý giỏi thì trong bất kì thời điểm nào, nỗ lực và thời gian cũng sẽ bị lãng phí. Quản lý có thể bao gồm mọi thứ, từ khâu khách hàng đến quảng cáo, tạo các khoản thu, quản lý chi tiêu, tài chính và kế toán. Đây là nghệ thuật đích thực của một hoạt động kinh doanh lâu dài và cần phải được lên kế hoạch chi tiết, phải được kiểm tra hàng ngày, đều đặn, thường xuyên. Cần phải liên tục nâng cao khâu quản lý để đảm bảo sự tồn tại của một doanh nghiệp. “Năng nhặt” sẽ “chặt bị”.

100. Mua rẻ, bán đắt và đừng tham lam

MORTIMER ZUCKERMAN

Mortimer Zuckerman là người đồng sáng lập kiêm Chủ tịch công ty Boston Properties Inc. Ông cũng là Chủ tịch và là biên tập viên chính của tờ Báo cáo thế giới và Tin tức Hoa Kỳ, là chủ tịch kiêm nhà xuất bản tờ Tin tức hàng ngày New York.

Mua rẻ, bán đắt và đừng tham lam.


TỔNG HỢP
EBOOK
HAY NHẤT VỀ
ĐẦU TƯ
SINVEST.VN